

# LÄHIRUOKAVIESTI MUUTOKSEN VÄLINEENÄ

## **Viestintätapahtuman vaikutukset maakuntatason päätöksentekoon**

Sisko Mäkinen

Opinnäytetyö  
Tammikuu 2012

Yritystoiminnan kehittämisen koulutusohjelma



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU  
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tekijä(t) MÄKINEN, Sisko	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 16.1.2012
	Sivumäärä 43	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus ( ) saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty ( X )
Työn nimi Lähirookaviesti muutoksen välineenä, viestintätapahtuman vaikutukset maakuntatason päätöksentekoon		
Koulutusohjelma Yritystoiminnan kehittämisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) SILVENNOINEN, Essi		
Toimeksiantaja(t) Savon Ammatti – ja aikuisopisto, EkoCentria		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Lähirookaviesti on viestintätapahtuma jolla edistetään julkisten ruokapalveluiden kestäviä valintoja. Kestäviä valintoja edustaa lähiruuan, luomuruuan, kasvisaterioiden, sekä sesongin mukaisten tuotteiden tarjoaminen. Haastepöytäkirjaan osallistuu päättäjiä, toimittajia sekä ihmisiä ruokaketjun eri osien sidosryhmistä. Lähirookaviestin tavoitteena on herättää keskustelua.</p> <p>Opinnäytetyössä tutkittiin Lähirookaviestin tavoitteiden täyttymistä ja sen vaikuttavuutta maakuntatasolla. Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena haastatteleamalla seitsemää maakuntajohtajaa puhelimitse. Tämän jälkeen vastaukset koottiin yhteen ja niitä vertailtiin keskenään. Haastattelukysymysten avulla selvitettiin, onko viesti aiheuttanut päättäjien keskuudessa keskustelua ja millaisia tekoja tai suunnitelmia tapahtumasta on seurannut.</p> <p>Lähes kaikissa maakunnissa lähi- ja luomuruuan käyttö julkisissa ruokapalveluissa on noussut keskustelun aiheeksi. Viisi seitsemästä maakuntajohtajasta kertoi luomu- ja lähiruuan käytön julkisissa ruokapalveluissa olevan osa maakuntastrategiaa tai tulevan osaksi sitä.</p> <p>Tutkimuksen jatkotoimenpiteenä olisi mielenkiintoista todentaa lähi- ja luomuruuan käytön aluetaloudellisia vaikutuksia maakuntatasolla.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Luomuruoka, lähiruoka, julkiset ruokapalvelut, lähirookaviesti		
Muut tiedot		



Author(s) MÄKINEN, Sisko	Type of publication Bachelor's / Master's Thesis	Date 16.1.2012
	Pages 43	Language Finnish
	Confidential	Permission for web publication ( X )
Title The Local Food Relay Race as a tool of change, The Impact of a PR event on regional decision making		
Degree Programme Degree Programme in Entrepreneurship		
Tutor(s) SILVENNOINEN Essi		
Assigned by Savon Ammatti- ja Aikuisopisto, EkoCentria		
<p>Abstract</p> <p>The Local Food Relay Race is a communication event to promote the sustainable choices of public food services. The sustainable choices offered include local food, organic food, vegetarian meals, as well as seasonal products. The challenge involves policy makers, journalists and people from different parts of the food chain stakeholders. The purpose of the Local Food Relay Race was to stimulate discussion.</p> <p>This thesis explored the realization of the objectives of the Local Food Relay Race and its effectiveness on the provincial level. The study was conducted as a qualitative research by interviewing seven regional leaders on the phone. After this, the responses were brought together and compared with each other. The interview questions were used to determine if the message had led to any discussion among the policy-makers in the debate and what kinds of actions or plans the event had resulted in.</p> <p>In almost all the provinces, the use of local and organic food in public catering services has become a talking point. Five of the seven provincial leaders said that the use of organic and local food in public catering services is already part of the regional strategy or becoming part of it.</p> <p>In the future, it would be interesting to verify the economic effects of using local and organic food on the provincial level.</p>		
Keywords Organic food, local food, public food services, The Local Food Relay Race		
Miscellaneous		

## SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO .....</b>	<b>1</b>
<b>2 LÄHIRUOKAVIESTI.....</b>	<b>2</b>
2.1 Käsitteiden määrittely.....	2
2.2 Lähiruokaviestin tausta .....	5
2.2.1 Lähiruokaviestin historia.....	6
2.2.2 Presidentin pyynnöstä jatkoa viestille.....	6
2.3 LÄHIRUOKAVIESTI VUONNA 2011 .....	7
2.3.1 Lähiruokaviestin tavoite .....	7
2.3.2 Lähiruokaviestin toteutus .....	8
2.3.3 Lähiruokaviestin käytännössä.....	10
2.4 Lähiruokaviestin vaikuttamisen välineenä.....	11
2.5 Kohderyhmät.....	12
<b>3 LÄHIRUOKA ILMIÖNÄ .....</b>	<b>12</b>
3.1 Lähi- ja luomuruuan käyttö julkisen sektorin keittiössä .....	13
3.2 Julkisten ruokapalveluiden kestävä valinta vuonna 2011.....	14
3.2.1 Kestävien valintojen esteet.....	15
3.2.2 Mahdollisuudet .....	16
3.2.3 Tuoreus ja jäljitettävyyys .....	17
3.2.4 Ruuan ympäristövaikutukset .....	17
<b>4 LÄHIRUOKAVIESTIN MERKITYS.....</b>	<b>18</b>
4.1 Tutkimuksen tavoitteet.....	18
4.2 Tutkimuksen rajaus .....	18
4.3 Tutkimusmenetelmät .....	19
4.4 Tutkimuksen toteutus .....	20
<b>5 TUTKIMUKSEN TULOKSET .....</b>	<b>21</b>
5.1 Lähiruokaviestin käsitteenä ja tapahtumana.....	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.
5.2 Maakuntajohtajien mielikuvat Lähiruokaviestistä .....	22
5.3 Lähiruokaviestin aikaansaamat vaikutukset.....	22
5.3.1 Käsitteily maakuntavaikuttamisen- ja hallituksen kokouksessa .....	23
5.3.2 Lähiruokaviestin saama mediahuomio .....	23
5.3.3 Teeman mukainen keskustelu muissa sidosryhmissä .....	24
5.4 Lähiruokaviestin vaikutukset maakunnan ruokapalveluihin vuonna 2011 .....	25
5.5 Lähiruokaviestin vaikutukset tulevaisuudessa.....	26
5.6 Julkisten ruokapalveluiden hankintojen merkitys maakunnalle .....	27
5.7 Maakuntajohtajien näkemys ruokatarjonnan muuttumisesta .....	28
5.7.1 Luomutuotteiden tarjoaminen.....	28
5.7.2 Kasvisaterioiden tarjoaminen .....	29
5.7.3 Sesongin mukaisten tuotteiden tarjoaminen .....	29
5.8 Tarjonnan muuttamiseksi tehdyt suunnitelmat tai toimenpiteet .....	30
5.9 Hallitusohjelman luomu- ja lähiruokastrategioiden näkyvyys maakuntatason strategiassa.....	31
5.10 Maakuntajohtajien vapaa palaute ja kehitysehdotukset Lähiruokaviestistä .....	31
<b>6 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI.....</b>	<b>32</b>
6.1 Tutkimuksen luotettavuus .....	32
6.1 Johtopäätökset.....	33
6.2 Tutkimuksessa havaitut kehityskohteet.....	34

	2
6.3 Jatkotoimenpiteet .....	35
LÄHTEET .....	37
LIITTEET .....	39

# 1 JOHDANTO

Lähi- ja luomuruuan käytöstä puhutaan tänä päivänä paljon. Arvostus ruokaa kohtaan on noussut ja myös julkisilta ruokapalveluilta vaaditaan laadukkuutta. Ruuan puhtaus, maku ja jäljitettävyyys ovat nousseet kantaviksi teemoiksi. Lehdissä ja mediassa keskustelu painottuu paljolti kuluttajakäyttäytymiseen ja toisaalta kauppojen uuteen tapaan mainostaa kyseisiä termejä käyttäen.

Minä sain mahdollisuuden toimia kesällä 2011 luomu- ja lähiruoka-asiaa ajavan Lähiruokaviestin tiedottajana. Toimin tehtävässä osana Tiimiakatemian opintojani. Kiinnostus lähi- ja luomuruokaa kohtaan on kasvanut projektin aikana ja myös osaamiseni on laajentunut merkittävästi.

Lähiruokaviesti on Savon Ammatti- ja aikuisopiston yhteydessä toimivan EkoCentrian organisoima hanketapahtuma. Lähiruokaviesti aktivoi kuntapäättäjiä, maakuntajohtajia, toimittajia, sekä ihmisiä koko ruokaketjun varrelta eri sidosryhmistä keskustelemaan lähi- ja luomuruuan käytöstä julkisen sektorin keittiöissä. Päättäjät on haastettu osallistumaan viestille siksi että julkisiin hankintoihin liittyvissä päätöksissä voitaisiin jatkossa huomioida lähi- ja luomuruuan käyttö ja suositukset tähän näkyisivät strategiatasolla. Lähiruokaviesti toteutetaan viikon kestäväenä haastepyöräilynä, joka kulkee koko Suomen halki. Viesti pysähtyy kaikissa reitin varrella olevissa kunnissa ja niissä järjestetään erilaisia lähiruokatapahtumia, sekä lehdistötilaisuuksia. Tavoitteena on herättää keskustelua julkisen sektorin keittiöiden kestävästä elintarvikehankinnoista.

Tämä tutkimus toteutettiin EkoCentrian tehtävänannon pohjalta. EkoCentria on toiminut yli kymmenen vuotta julkisen sektorin ruokapalveluiden kestävien valintojen edistämiseksi ja Lähiruokaviesti on yksi sen kehittämistä työkaluista.

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia Lähiruokaviestin toimivuutta viestinnän välineenä ja selvittää sen aikaansaamia vaikutuksia maakuntatasolla.

Haastateltavina toimivat maakuntajohtajat. Mikäli maakunnassa tehdään strategisia linjauksia kestävien valintojen huomioimiseksi julkisen sektorin keittiöissä ohjaa se myös alueen kuntien strategisia valintoja. Kestävillä valinnoilla tarkoitetaan esimerkiksi lähi- ja luomuruuan sekä sesongin mukaisten tuotteiden käyttämistä. Tutkimus toteutetaan laadullisena tutkimuksena seitsemälle maakuntajohtajalle puhelinhaastatteluna. Tavoitteena on selvittää Lähiruokaviestin vaikutukset maakuntatason päättäjiin ja saada tietoa Lähiruokaviestin kehityskohteista. Lisäksi tutkimuksessa selvitetään onko Lähiruokaviestistä seurannut konkreettisia päätöksiä tai toimintaa maakunnassa.

## **2 LÄHIRUOKAVIESTI**

### **2.1 Käsitteiden määrittely**

Lähiruokaviestistä keskusteltaessa lähiruoka, luomuruoka ja julkiset ruokapalvelut, ovat termeinä vahvasti esillä. Tutkimuksen kannalta keskeisiä käsitteinä ovat lisäksi valtioneuvoston kestävät valinnat-periaatepäätös ja Lähiruokaviesti. Seuraavassa luodaan katsaus määritelmiin yhtenäisen ajattelun tueksi.

#### **Lähiruoka**

Lähiruualle ei ole olemassa virallista määrittelyä. Tämä vaikeuttaa osaltaan aiheesta käytävää keskustelua, sillä käsitykset lähiruusta vaihtelevat. Erityisesti virallisen määritelmän puuttuminen vaikeuttaa asian tutkimista. Esimerkiksi lähiruuan käytön vertailu on vaikeaa, sillä eri maakunnissa voidaan lähiruualla tarkoittaa eri asioita.

Toisaalta termin joustavuus antaa liikkumavaraa. Lähiruuan määrittely esimerkiksi alueellisten rajojen mukaan ei olisi järkevää. Tällainen määrittely voisi tarkoittaa sitä, että naapurikunnan ruoka ei olisi lähiruokaa, mutta paljon

kauempaa oman maakunnan alueelta tuleva ruoka laskettaisiin lähiruuksi. Tällöin toimitusketju pitenisi ja lähiruuan idea kestäväenä vaihtoehtona kärsisi.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliiton ruokakulttuuriasiamies Anni-Mari Syväniemi 2011 määrittelee lähiruuan seuraavalla tavalla: ”Lähiruoka on tuoretta, mahdollisimman lähellä tuotettua suomalaista ruokaa, jonka alkuperä, tuottaja ja valmistaja tiedetään.” Lähiruokaviestin hankepäälikkö Irma Kärkkäinen (2011) määrittelee puolestaan lähiruuan alueelle strategisesti merkittäviksi elintarvikkeiksi, jotka tuotetaan, jalostetaan ja kulutetaan kyseisellä alueella.

## **Luomuruoka**

Lainsäädännön mukaan Euroopan Unionin alueella luomuelintarvikkeeksi katsotaan tuote, jonka maatalousperäisistä raaka-aineista vähintään 95 % on luonnonmukaisesti tuotettuja. Euroopan Unioni valvoo luomutuotantoa ja myöntää oikeuden luomumerkin käyttöön, mikäli vaatimukset täyttyvät, kerrotaan luomuliiton internetsivustolla.

Eviran internetsivustolla luomusta kerrotaan seuraavalla tavalla:

*”Luomuelintarvikkeita ovat luonnonmukaisesti tuotetuista maataloustuotteista jalostetut ja luonnonmukaisina markkinoitavat tuotteet. Luomuelintarvikkeiden valmistuksessa on rajoitettu muun muassa sallittujen lisäaineiden ja valmistuksen apuaineiden määrää vain välttämättömiin. Esimerkiksi keinotekkoisten väriaineiden ja makeutusaineiden käyttö on kielletty. Luomutuotannossa periaatteena on tuottaa tuotteita, joiden valmistusmenetelmät eivät ole haitallisia ympäristölle, eivätkä ihmisten, kasvien tai eläinten terveydelle ja hyvinvoinnille.”*

Luomutuotannon perusperiaatteita ovat terveys, ekologia, oikeudenmukaisuus ja huolenpito. Nämä periaatteet on määritellyt kansainvälinen luomualan järjestö IFOAM (International Federation of Organic Agricultural Movements) vuonna 2009.



## Julkiset ruokapalvelut

Julkisen sektorin ruokapalveluita käytetään kuntien ja valtion toimipaikoissa, kuten päiväkodeissa, hoitopaikoissa, kouluissa, sairaaloissa, armeijassa ja vankiloissa henkilökuntaa myöten. Nykyään enää reilussa puolessa julkisen sektorin toimipaikoista valmistetaan ruokaa. Loput keittiöt toimivat niin sanottuina jakelukeittiöinä. Kestävän kehityksen ja ruokakulttuurikasvatuksen nimissä on julkiselta sektorilta viime vuosina alettu vaatia esimerkillisyyttä hankinnoissaan muun muassa lisäämällä lähi- ja luomuruuan käyttöä. (Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma 2009).

## Kestävät valinnat ruokapalveluissa

Valtioneuvosto on tehnyt periaatepäätöksen kestävien valintojen edistämisestä julkisen sektorin ruokapalveluissa. Valtioneuvoston periaatepäätös (jatkossa VNP 2009) velvoittaa valtiohallinnon ruokapalveluja lisäämään luomuraaka-aineista tai kasviksista tai sesonginmukaisista raaka-aineista valmistettujen aterioiden tarjoamista. Tarkemmin sanottuna

*”Ruokapalvelujen elintarvikehankinnoissa lisätään **luonnonmukaista, kasvispohjaista** tai **sesonginmukaista ruokaa** vähintään kerran viikossa vuoteen 2010 mennessä ja vähintään 2 krt/vk vuoteen 2015 mennessä”.* (VN 2009). Kunnille tämä on suositus.

Periaatepäätöksen VNP 2009 mukaisesti julkisen sektorin ruokapalveluiden tulee olla edelläkävijä ja suunnannäyttävä sekä uusien innovaatioiden ja markkinoiden luoja kestävien elintarvikevalintojen edistämiseksi.

## **Lähiruokaviesti**

Lähiruokaviesti oli hanke, jossa edistettiin julkisten ruokapalveluiden kestäviä valintoja. Kestäviä valintoja edustaa lähiruuan, luomuruuan, kasvisaterioiden sekä sesongin mukaisten tuotteiden tarjoaminen.

Lähiruokaviesti pohjautuu VNP 4/2011 Periaatepäätökseen ja se on osa isomman kokonaisuuden kattavaa Kestävät valinnat –hanketta. Hankkeen toteutuksesta vastaa EkoCentria ja rahoituksesta Maa- ja metsätalousministeriö.

Lähiruokaviesti toteutettiin elokuussa 2011 haastepyöräilynä ja sillä pyrittiin saamaan aikaan keskustelua päättäjien ja median keskuudessa.

Lähiruokaviestillä kuntien, kaupunkien ja maakuntien johtajat veivät viestikapulaa alueelta toiselle pyörällä polkien. Matka koostui useista alueellisista tapahtumista, sekä lehdistötilaisuuksista, joissa tuotiin esille viestin teematuotteita ja sanomaa julkisten ruokapalveluiden kestävästä valinnoista. Liitteessä yksi on nähtävissä Lähiruokaviestin tiedote.

### **2.2 Lähiruokaviestin tausta**

Lähiruokaviesti on vuosina 2007-2011 järjestetty tapahtuma. Lähiruokaviesti ajoittuu elokuun loppuun, sillä sadonkorjuun aikaan kausiherkut ovat parhaimmillaan. Viestin reitti on vuosittain kulkenut kattavasti läpi Suomen, maakunnasta toiseen kuntien ja kaupunkien kautta. Tapahtuma ja sen polkijamäärät ovat kasvaneet kerta kerralta. Lähiruokaviesti on toteutettu hankkeena Maa- ja metsätalousministeriön rahoituksen avulla viisi kertaa. Lähiruokaviestin suojelijana on alusta alkaen toiminut presidentti Tarja Halonen.

Lähiruokaviesti on viestinnän ja vaikuttamisen väline. Lähiruokaviestin toteuttaja EkoCentria toimii ammattikeittiöiden kestävien valintojen eteenpäin viejänä ja Lähiruokaviesti toimii yhtenä työkaluna asian edistämiseksi. Alateema viestillä on vaihtunut vuosittain.

### **2.2.1 Lähiruokaviestin historia**

Lähiruokaviestin syntyi päättäjille uudeksi välineeksi viestimiseen ja on jalostunut vuosien varrella. Lähiruokaviestin järjestettiin vuonna 2011 viidettä kertaa. Alkuna Lähiruokaviestin on saanut Irma Kärkkäisen ideasta. Kärkkäinen on perustanut EkoCentrian vuonna 1999 (silloinen Luomukeittiökeskus) ja toiminut organisaatiossa perustamisesta saakka. Hän on Suomessa arvostettu ja tunnettu luomu- ja lähiruoka-asiantuntija. Vuonna 2010 Ruokatoimittajat ry:n tunnustuspalkinto, Ideasipuli, annettiin Gastro-messuilla Irma ”Immu” Kärkkäiselle, joka on ”väsymättömästi ja innokkaasti toiminut lähi- ja luomuruoan puolesta viimeisen kymmenen vuoden ajan.” (Ruokatoimittajat 2010.)

Lähiruokaviestin toteuttaja EkoCentria on valtakunnallinen ammattikeittiöiden ja oppilaitosten kestävien ja ympäristövastuullisten ruokapalveluiden kehittämiseen ja viestintään erikoistunut yksikkö Savon ammatti- ja aikuisopistossa. EkoCentria on vuosikymmenen saatossa toiminut keskustelun herättäjänä ja asiantuntijan roolissa valtakunnallisissa työryhmissä, seminaareissa ja hankkeissa, joiden teemana on ollut ruokapalvelualan kestävien elintarvikehankintojen kehittäminen. Työ on vaatinut rohkeutta ja uskallusta katsoa vuosikymmen eteenpäin (EkoCentria 2012).

### **2.2.2 Presidentin pyynnöstä jatkoa viestille**

Vuonna 2010 poljetun neljännen Lähiruokaviestin oli tarkoitus olla viimeinen. Lopettamispäätöksen kannalla oli myös ministeriö. Kun neljäs viesti päättyi viimeisenä päivänä presidentinlinnaan viestin suojelijan Tarja Halosen luokse, suunnitelmaan tuli muutos. Halonen esitti halukkuutensa jatkaa Lähiruokaviestin suojelijana ja rohkaisi järjestäjiä jatkamaan toimintaa.

Presidentin vastaanoton jälkeen viestipäällikkö Kärkkäinen keskusteli viestijoukkueiden kapteenien kanssa ja myös heillä oli halu osallistua Lähiruokaviestille myös seuraavana vuonna. Paikalla oli ministeriön edustajia, jotka veivät uutisen eteenpäin, ja näin ollen viidennelle Lähiruokaviestille myönnettiin rahoitus vuodelle 2011.

## 2.3 LÄHIRUOKAVIESTI VUONNA 2011

Lähiruokaviesti poljettiin viidettä kertaa 22.–28.8.2011. Viestin reitti kulki Nurmeksesta Helsinkiin. Tapahtuman tuotti ja toteutti aikaisempien vuosien tavoin Savon ammatti- ja aikuisopiston alaisena toimiva EkoCentria Maa- ja metsätalousministeriön menekinedistämistuella. Pääyhteistyökumppanina Lähiruokaviestin toteuttamisessa toimi Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK r.y.

### 2.3.1 Lähiruokaviestin tavoite

Lähiruokaviestin tavoitteena on herättää päättäjien ja median kiinnostus, sekä keskustelu julkisten ruokapalveluiden vastuullisia elintarvikehankintoja kohtaan. Viestin teema on vaihtunut vuosittain ja vuonna 2011 se oli ”Tarjoa tuoretta!”.

Tuoreessa Jyrki Kataisen hallitusohjelmassa on ensimmäistä kertaa kautta maamme historian kirjattu kohta ”Aitoa ruokapolitiikkaa”. Ohjelma linjaa seuraavalla tavalla (2011).

*”Hallitus toteuttaa luomualan ja lähiruokan kehittämisohjelman, jonka avulla tuotantoa monipuolistetaan ja lisätään kysyntää vastaavaksi, kehitetään luomuruokaketjua ja nostetaan lähiruokan jalostusastetta. Luomu- ja lähiruokan osuuden kääntäminen vahvaan nousuun otetaan Suomen maatalouspolitiikan strategiseksi tavoitteeksi. Kehittämisessä painotetaan muun muassa luomukotieläintuotannon houkuttelevuutta. Kasvatetaan luomu- ja lähiruokan osuutta julkisissa hankinnoissa parantamalla ja vahvistamalla pienyritysten ja lähiruokan tuottajien osallistumista julkisten hankintojen kilpailutuksiin mm. parantamalla hankintaosaamista ja laadullisten kriteerien esilletuloa.”*

### 2.3.2 Lähiruokaviestin toteutus

Lähiruokaviestin viestipäällikkönä toimi Irma Kärkkäinen. Lisäksi ydinryhmässä toimi viestin käytännönasioista vastaava henkilö ja tiedottaja. Itse viestillä mukana oli lisäksi teknisestä toteutuksesta ja huollosta vastaava henkilö, valokuvaaja ja kaksi autonkuljettajaa.

Lähiruokaviestin reitin muodostamiseen vaikutti moni tekijä.

Hankehenkilökunta pohti ensin itse, millä alueilla he kokisivat vaikuttamisen tärkeäksi. Taustana toimi MTK:n alueellisten yhteistyötahojen halukkuus, joka selvitettiin etukäteen. Erityisesti reittiä suunnitellessa huomioitiin alueellisten toimijoiden pyynnöt ja kiinnostus asiaa kohtaan sekä aiemmilta vuosilta kerätty palaute. Pyyntöön vastaanottaa Lähiruokaviesti esittivät muun muassa Pohjois-Karjala ja Etelä-Pohjanmaa. Pohjois-Karjalan valitsemiseen liittyy myös vahva ja perinteikäs ruokakulttuuri ja sen edistämiseksi tehty mittava työ.

Lähiruokaviestin neljän vuoden kokemuksen perusteella haluttiin reittivalintaa tehdessä nostaa tiettyjä teemoja esille, kuten keskustelun herättäminen ulkoistettujen ruokapalveluiden käytöstä. Tässä esimerkkinä toimi Nilsin kaupunki, jonka ruokapalveluista vastaa ISS Catering Services. Viestissä haluttiin myös nostaa esille hyviä esimerkkejä, joissa kestävien valintojen edistämiseksi on jo toimittu. Yhtenä kriteerinä toimi ruotsinkielisen alueen mukaan saanti. Lisäksi Lähiruokaviestin reitti on perinteisesti kulkenut sen maakunnan kautta, joka kyseisenä vuonna järjestää Farmari Maatalousnäyttelyn. Vuonna 2011 näyttelyn järjesti Satakunta. Vuosittain viestin lanseeraaminen on tapahtunut Farmarin yhteydessä. Kun viestin reitti oli alustavasti lyöty lukkoon, otettiin yhteyttä lähi- ja luomuruokakehittäjien verkostoon, joka on syntynyt EkoCetrian aikaisempien hankkeiden ja töiden kautta. Verkostolta kysyttiin ennakoon apua viestijärjestelyihin ja selvitettiin heidän halukkuuttaan osallistua toimiin.

Jokaiselle viestipaikkakunnalle varattiin suunnittelukokous. Kokouksen järjestäminen alkoi kaupungin- tai kunnanjohtajan kontaktilla. Kuntapäätäjille selvitettiin Lähiruokaviestin idea ja heitä pyydettiin toimimaan suunnittelukokouksessa puheenjohtajana. Näin ollen he ottivat automaattisesti jo

ennakkoon selvää asioista ja tutustuivat viestin teemaan. Tämä edesauttoi päättäjien sitoutumista asiaan.

Lähiruokaviestin suunnittelukokouksessa valittiin alueelliset koordinaattorit. Heidät löydettiin joko aiemmin hankkeessa mukana olleiden joukkueiden pyöräilijöistä tai alueellisten elintarvikehankkeiden henkilöstöistä. Joillakin paikkakunnilla myös esimerkiksi kunnan tiedottaja saattoi toimia koordinaattorina. Tärkeimmät valintaperusteet olivat kiinnostus tehtävää kohtaan ja resurssit toimia. Suunnittelukokouksien tavoitteena oli sitouttaa paikalliset yhteistyötahot viestin toteutuksesta ja siitä tiedottamisesta. Näin paikallisia saatiin osallistumaan viestiin polkijoina ja järjestämään oheistapahtumia Lähiruokaviestin yhteyteen. Suunnittelukokouksiin osallistui kansanedustajia, ruokapalvelupäälliköitä, tuottajia ja edustajia eri yhdistyksistä ja liitoista. Suunnittelukokouksissa luotiin paikallistapahtumien raamit.

Kun viesti saapui paikkakunnalle, järjestivät koordinaattorit yhteistyökumppaneiden kanssa paikallistapahtumia. Paikallisten tapahtumien suunnittelusta, järjestelyistä sekä kustannuksista vastasivat kunta tai kaupunki, tuottajayhdistykset, alueelliset elintarvikehankkeet sekä elintarvikeyritykset. Paikallistapahtumaan kuului aina viestikapulan vaihto kunta- ja maakuntatason johtajien välillä sekä Lähiruokaviestin vetoomuksen allekirjoittaminen. Aluetapahtumat vaihtelivat kunnittain. Vastassa saattoi olla lähiruokatori, tanssit, koululaisten järjestämä kalanperkuukisa tai vaikkapa lauluesitys. Tarjolla tapahtumissa oli aina viestin teeman mukaisia herkkumaistiaisja.

Viesti eteni paikkakunnalta, kaupungista ja maakunnasta toiseen tapahtumien siivittämänä ja viestin viejien vaihtuessa. Lopulta Lähiruokaviestin päättyi Helsinkiin MTK:n järjestämään Herkkujen Suomi -tapahtumaan ja sieltä edelleen Lähiruokaviestin suojelijan presidentti Tarja Halosen luokse. Haloselle viestin vetoomuksen luovuttivat kaikkien viestijoukkueiden kapteenit yhdessä viestin toteuttajien kanssa.

### 2.3.3 Lähiruokaviesti käytännössä

Vuonna 2011 Lähiruokaviestiin osallistui 10 joukkuetta ruokaketjun eri osien sidosryhmistä. Mukana polkivat VIP:it, joihin kuuluivat kansanedustajat, maakuntajohtajat ja kuntapäättäjät. KRA eli Kuntaruokailun asiantuntijat KRA ry, TEDY, eli Terveystenhuollon Dieteetikko-yhdistys ja FIDA r.y. eli Suurtalouden yhteistyöjärjestö muodostivat yhteisjoukkueen. Lisäksi mukana olivat ruokatoimittajat ja maatalousopettajat eli Ruoto&Mato, Pro Ruokakulttuuri, Keittiömestarit, Pihvikarjaliitto, 4H, Maa- ja kotitalousnaiset, MTK&SRC, sekä MTT, eli Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus. Joukkueissa polki viiden päivän aikana yhteensä noin 400 paikallista polkijaa edustaen omaa aluettaan viestijoukkueessa. Etappien pituus vaihteli 10 ja 40 kilometrin välillä.

Jokaisella viestijoukkueella oli oma kapteeni, joista suurin osa polki viestillä koko viikon. Alueelliset polkijat ilmoittautuivat haluamansa joukkueeseen, kuten tuottaja MTK:n joukkueeseen ja haluamalleen etappivälille. Kapteenit ottivat uudet polkijat vastaan sekä huolehtivat joukkueensa huollosta.

Lähiruokaviestin reitti kulki tänä vuonna kahdeksan maakunnan kautta. Ensimmäisen startti tapahtui Pohjois-Karjalasta Nurmekselta, josta poljettiin Pohjois-Savoon Nilsijään. Tiistai starttasi Keski-Suomesta Piispalasta ja Etelä-Pohjanmaalle Alajärvelle. Keskiviikkona Seinäjoelta Satakuntaan, Karviaan. Seuraava päivä Pirkanmaalta Vesilahdelta päätyi Hämeeseen, Forssaan. Viimeinen päivä perjantai poljettiin Uudellamaalla Espoosta Helsinkiin.

Viesti huipentui viestin vetoomuksen luovutukseen Tarja Haloselle presidentinlinnassa (Liite 2). Vetoomuksessa oli viestillä polkeneitten päättäjien nimikirjoitukset todistamassa, että he ovat valmiita viemään lähi- ja luomuruuan asiaa eteenpäin omissa vaikutuspiireissään.

## 2.4 Lähiruokaviestin vaikuttamisen välineenä

Lähiruokaviestin kaltainen vaikuttaminen vaatii konkreettista kanssakäymistä osapuolten välillä. Yritysmarkkinointi, kuten Lähiruokaviestin kohdalla KeVa-markkinointi maakunnalle, perustuu suhdemarkkinointiin. Organisaatioiden ei katsota olevan suhteessa toisiinsa, mutta ihmiset niiden sisällä ovat suhdeverkoston perusta.

Lähiruokaviestin kohdalla viestintävälineenä kiiltäväpintaisen esitteen lähettäminen ei ole paras vaihtoehto. Viestintä jää tuolloin kylmäksi eikä todennäköisesti herätä edes huomiota. Lähi- ja luomuruuan suosiminen mielletään usein vain kuluttajakohtaiseksi käyttäytymiseksi, mutta EkoCentrian tarkoituksena on viestiä sen mahdollisuuksista ammattikeittiöissä.

Lähiruokaviestin toimii välineenä, jonka avulla päättäjät irrotetaan tutusta ympäristöstä, mikä helpottaa silmien avaamista asialle. Lähiruokaviestillä päättäjät pääsee keskustelemaan lähi- ja luomuruuan käytöstä niin vertaistensa, asiantuntijoiden, kuluttajien kuin tuottajienkin kanssa.

*”Muutosviestintä vaatii tavallista enemmän kasvokkaisviestintää eli keskinäistä vuorovaikutusta työtovereiden, esimiesten ja johdon kesken kuin rutiiniviestintää. Sen tulisi olla muutosviestinnän tärkein ja eniten käytetty keino” (Juhola 2009).*

Tätä tukee myös viestinnän monikanavaisuus. Päättäjät kohdattiin suunnittelukokouksissa ensimmäistä kertaa kasvokkain. Tämän jälkeen oltiin sähköpostitse yhteydessä, soiteltiin ja tavattiin jälleen Lähiruokaviestin aikana. Samanaikaisesti EkoCentrian internetsivusto palveli itsenäisessä tiedonhankinnassa.



## 2.5 Kohderyhmät

Kunta- ja maakuntajohtajat ovat avainasemassa, kun luodaan pohjaa kuntaruokailun ja hankintojen taakse. Maakuntastrategiassa määritellään esimerkiksi se, millä perustein hankittava ruoka kilpailutetaan. Tämän vuoksi juuri kunta- ja maakuntapäätäjät on valittu Lähiruokaviestin pääkohderyhmäksi. Lähiruokaviestin tavoitteena on saada aikaan keskustelua kyseisissä sidosryhmissä ja sitä kautta myös vaikuttaa käsityksiin ja saada aikaan tekoja lähi- ja luomuruuan käytön edistämiseksi.

Kunnat ovat itsemääräämisyksikköjä, eli niitä ei maakuntahallituksen toimesta voi pakottaa tietynlaiseen toimintaan. Kuitenkin jos lähi- ja luomuruuan käyttöä korostetaan maakuntastrategiassa aluetalouden elinvoimaisuuden näkökulmasta, niin se tukee samalla kuntien päätöksentekoa ja jopa ilmastopoliittista ohjelmaa.

## 3 LÄHIRUOKA ILMIÖNÄ

Lähiruuan piirteisiin kuuluu muun muassa, että tuotannossa ja jalostuksessa käytetään mahdollisimman paljon oman alueen raaka-aineita ja tuotantopanoksia, hyödynnetään vuodenaikojen sesonkeja ja alueellista ruokaperinnettä niin tuotekehityksessä kuin markkinoinnissakin. Lisäksi Lähiruusta puhuttaessa korostetaan usein sen aluetaloudellisia vaikutusta.

Lähiruoka on ollut vahvasti pinnalla viime aikoina. Kaupunkeihin on syntynyt lähiruokamyymälöitä, maalaistoreja ja ruokapiirejä. Ruokaan ollaan trendin mukaan valmiita panostamaan aiempaa enemmän. Pikaruokatrendistä on seurannut slowfood-aikakausi. Ruuan laatu ja sen alkuperä kiinnostaa kuluttajia entistä enemmän. Myös ekologinen ajattelutapa edesauttaa luomutuotteiden ja lähiruuan suosimista, sillä nämä ovat ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja.

Yhä useammat kuluttajat ja sen lisäksi myös elintarvikeketjun toimijat ovat alkaneet kiinnittää huomiota elintarvikkeiden alkuperään, tuotantotapaan ja koko elintarvikeketjun läpinäkyvyyteen. Nämä tekijät ovat alkaneet puhutella niin kuluttajia kuin ruuan tarjoajiakin. Joissain paikoin tämä näkyy jo todella konkreettisesti. Etelä-Pohjanmaalla selvisi reilu vuosi sitten, että koulussa tarjottava maito on ruotsalaista, minkä seurauksena lapsilla alkoi olla kotoa mukaan saatuja maitopulloja eväänä.

Ilmainen kouluruoka on menettänyt arvostustaan, kun on selvinnyt, millaisen tuotanto- ja kuljetusketjun esimerkiksi kalapuikot kulkevat matkallaan lapsen lautaselle. Enää ei arvosteta halpaa hintaa, vaan halutaan parempaa laatua. Laadun, ravintopitoisuuden ja maun arvostus on selvästi noussut. Tämä on näkynyt niin internetissä käytävässä keskustelussa kuin median uutisoinnissa.

Sitran laatiman Lähiruokaraportin 2010 mukaan [lähiruuan ostohalukkuus on hieman luomuruuan ostohalukkuutta suurempaa tuoteryhmästä riippumatta.](#)

### **3.1 Lähi- ja luomuruuan käyttö julkisen sektorin keittiössä**

Paikallisesti tuotettu ruoka ja lähiruoka ovat nousseet viimeisten vuosien aikana keskeiseksi puheenaiheeksi ja kehittämiskohteeksi koko maan tasolla. Ravinto, asuminen ja liikkuminen muodostavat yhdessä yli 70 % ilmastovaikutuksista. Komissio on asettanut tavoitteeksi, että ruokaketjussa pitäisi pystyä vähentämään resurssien käyttöä 20 % vuoteen 2020 mennessä. Yhdeksi ratkaisuksi on väläytelty biotaloutta, jossa ruoka, energia ja ravinteet tulevat läheltä, kertoo Matti Aho Lähiruokaseminaarissa 4.10.2011 .

Suomen Kuntaliitto kannustaa kuntia lähiruuan käyttöön. Kestävät ruokavalinnat ovat ajankohtainen teema myös koulutusta ja opetusta tarjoaville organisaatioille sekä muille julkisen sektorin organisaatioille. EU:n Green Public Procurement – käsikirjan (2006) sekä Kestävät hankinnat –työryhmän toimenpideohjelman (2008) mukaan kestävien hankintojen edistymiseksi julkisen sektorin toimijoiden tulee toimia esimerkkinä, pienentää hankintojensa

ympäristövaikutusta, jätemäärää ja ympäristön kemikalisoitumista sekä edistää luonnonvarojen kestäväää käyttöä ja ympäristöystävällisiä innovaatioita.

Ruokasektoria pidetään Suomessa tulevaisuuden kasvualana, jonka kilpailukykyä sekä yhteistyötä vahvistetaan kansallisessa ruokastrategiassa sekä ruokapoliittisessa selonteossa asetettujen suuntaviivojen mukaisesti.

### **Ruokapalveluiden tuottaman ruuan merkitys**

Joka kolmas suomalaisten nauttimista aterioista on ammattikeittiöiden tekemä. Ruoka muodostaa noin kolmanneksen ympäristövaikutuksista. Julkisen sektorin ruokapalvelut voivat vaikuttaa ruuan tuotantotapoihin ja tarjontaketjuun kestävien elintarvikehankintojen edistämiseksi sekä kuluttajien ostokäyttäytymisen ohjaamiseksi.

Opetushallituksen mukaan jokainen suomalainen esi- ja peruskoulun oppilas sekä lukion ja ammatillisen perusasteen opiskelija voi Suomessa nauttia maksuttoman kouluaterian. Suomessa on tarjottu maksuton ateria kaikille oppivelvollisuuskoulujen oppilaille vuodesta 1948 lähtien. Nykyisin noin 900 000 koululaista ja opiskelijaa nauttii päivittäin maksuttoman kouluruoan. Ruokailu on olennainen osa lapsen hyvinvointia ja kasvua. Kouluruokailussa lapsille ja nuorille opetetaan terveyttä, ruokailutapoja sekä suomalaista ruokakulttuuria. ”Joukkoruokailu on Suomessa jo vuosikymmenien ajan nähty yhdeksi tärkeimmistä keinoista vaikuttaa kansanravitsemukseen ja kansanterveyteen” (Puska 2004).

### **3.2 Julkisten ruokapalveluiden kestävät valinnat vuonna 2011**

Lähiruuan käyttö julkisen sektorin keittiöissä vaihtelee alueittain paljon. Monille kynnyskysymyksenä lähi- ja luomuruuan käytössä hankintalain mukainen kilpailutus, jota säätelee laki julkisista hankinnoista. Tällä hetkellä iso osa kunnista painottaa kilpailutuksessa hintaa eniten vaikuttavana kriteerinä. Tämä ei ole kuitenkaan ainut vaihtoehto.

Tärkein yksittäinen hankintoihin vaikuttava tekijä on velvollisuus tarjousten kilpailuttamiseen. Tämä vaikuttaa suuresti, vaikka pidemmällä aikavälillä lähiruuan suosiminen on kuntataloudellisesti kannattavaa (Mononen 2006).

Kiristyvän taloustilanteen seurauksena julkisen sektorin ruokapalveluilta on edellytetty kustannusten leikkauksia ruuan laadun, jäljitettävyyden sekä ruokaturvallisuuden kustannuksella ja tarjouspyynnöissä on painotettu erityisesti hintaa. Ruuanvalmistuksen sekä hankintojen keskittymisen seurauksena lähiruokatarjonta on vähentynyt. Elintarvikehankintoihin käytettävät eurot valuvat maakunnan ja maan rajojen ulkopuolelle eivätkä näin ollen jää edistämään alueellista tai kansallista hyvinvointia. Hankintalain mukaisesti julkisen sektorin keittiöissä voisi kuitenkin edistää lähiruuan käyttöä esimerkiksi kuntakonsernin sisäisinä hankintoina tai kilpailuttamalla tuotteita laadullisia, ympäristöystävällisiä tai sosiaalisia kriteereitä painottamalla.

Suomessa on olemassa hienoja esimerkkejä lähi- ja luomuruuan käytön mahdollisuudesta niin pienten kuntien kuin isojen kaupunkien kohdalla. Kiuruvedellä 40 % kouluruuasta tulee omalta paikkakunnalta. Siirtyminen on tehty vaiheittain usean vuoden aikana. Ruokapalvelupäällikkö Helena Laitinen kertoo asteittaisesta muutoksesta. Kiuruvedellä muutos aloitettiin ruokalistojen ja reseptiikan muokkaamisella, merisuola ja sipuli tulivat korvaamaan liemivalmisteita. Keittiö ja tuottajat aloittivat yhteistyön, jossa pyrittiin kehittämään tuotteita molempia osapuolia palveleviksi. Kiuruveden siirtymistä lähi- ja luomuruuan käyttöön on edesauttanut EkoCentrian Portaat luomuun – ohjelma, joka on suunnattu ammattikeittiöille. Alkuperäisen päätöksen lähi- ja luomuruoan käytöstä teki opetuslautakunta. Sitten kaupunki on ottanut sen kaupunkistrategian painopistealueeksi. (Mahdollisuuksien Lähiruoka 2011).

### **3.2.1 Kestävien valintojen esteet**

Hankintamäärien kynnysarvoista ja niiden ylittävistä hankintojen menettelytavoista säädetään asetuksella Euroopan yhteisön lainsäädännössä lailla julkisista hankinnoista. Suomalaisen ruuan tai lähiruuan käyttäminen

valintakriteerinä kilpailutuksessa ei ole sallittua Euroopan Unionin laatimien säännösten mukaan. Sen sijaan esimerkiksi lyhyttä toimitusketjua tai määritelmää, että porkkanat täytyy toimittaa määrääjassa niiden kuorimisesta, voi käyttää. Tätä eivät monetkaan ruokapalvelupäälliköt tiedä, tai heille ei ole annettu vaihtoehtoa muun kuin hinnan perusteella tehtävään kilpailutukseen.

Useissa eri yhteyksissä on noussut esille myös tuottajien tarjonnan ja ruokapalveluiden kysynnän kohtaamattomuus. Tuottajien tulisi kehittää jatkojalostusmahdollisuuksia ja tehdä tätä varten investointeja. Keittiöiden suuret tilauserät asettavat isot paineet tilauserien varmasta saatavuudesta.

Tuottajien tulisi solmia yhteistyöverkosto, jotta suurien määrien toimitus olisi mahdollista. Lisäksi tuotekehityksessä tarvitaan paljon yhteistyötä, aivan kuten Kiuruvedenkin esimerkki osoittaa.

### **3.2.2 Mahdollisuudet**

Julkisten ruokapalveluiden nykytilaa ja kehittämisenäkymiä selvittäneen tutkimuksen (Seppälä ym. 2004) mukaan kotimaisten elintarvikkeiden käyttöaste kuntien ruokapalveluissa on korkea. Myös erityisesti lähellä tuotettua leipää, juureksia ja kasviksia käytetään kunnallisissa ruokapalveluissa melko paljon. Sen sijaan luomuraaka-aineita ja –tuotteita käytetään melko vähän. EkoCentrian mukaan suurkeittiöissä on kiinnostusta sekä lähi- että luomutuotteisiin. Kysyntää olisi huomattavasti nykyistä tarjontaa enemmän. Tällä hetkellä lähitoimittajat nähdään lähinnä täydennystoimittajina, sillä haasteet saatavuudessa estävät vielä lähituotteiden hyödyntämistä suuremmassa mittakaavassa. Lähiruuan käytön lisääminen suurkeittiössä edellyttää, että alueen pienyritykset ovat nykyistä aktiivisempia tuotteidensa tarjonnassa.

Lähiruuan käytöllä ammattikeittiöissä on merkittävä rooli myös aluetaloudellisesti. Mikäli paikallisten tuottajien tuotteita suositaan ja ostetaan, jää raha oman kunnan tai maakunnan alueelle. Kysynnän ja tarjonnan kasvaessa näkyvät vaikutukset myös työpaikkojen määrän kasvussa ja maaseudun

kehityksessä. Elintarvikealan yrityksissä paikallisuus nähdään myös merkittävänä vahvuutena kilpailijoihin ja keskittymistä paikallisille markkinoille pidetään alan yrityksissä tärkeänä tulevaisuuden kehittämistavoitteena, kertoo Kärkkäinen 2011.

Ihminen, joka tekee päätöksiä kunnassa, määrittelee oman käsityksensä lähiruuasta. Poliittisessa päätöksenteossa kuntapäättäjä voi suosia oman kuntansa aluetta ja maakuntajohtaja omaa maakuntaansa. Tässä ruokakulttuurirajat menevät kuntarajojen ohi.

### **3.2.3 Tuoreus ja jäljitettävyyys**

Lähiruuan yhtenä etuna pidetään sen jäljitettävyydestä seuraavaa turvallisuutta. Riskien nähdään kasvavan, kun puhutaan suurista annosmääristä kuten koululaisten aterioista. Muun muassa ulkomaisten vadelmien käyttö on herättänyt viime aikoina paljon huomiota. Eviran vuonna 2011 julkaiseman selvityksen mukaan noin 70%:ssa vuoden 2009 norovirusepidemioissa tartunnanlähteenä osoitettiin tai oletettiin olevan pakastevadelma. Ne kulut, mitä esimerkiksi vadelmista voi seurata sairastumisen myötä ovat merkittävä kustannusmeno terveydenhuollon puolelta. Tämä kulu olisi mahdollista sijoittaa ennaltaehkäisevästi kotimaisiin tuotteisiin, alkuperä olisi helposti jäljitettävissä. Pitkät matkat ja säilöntäaineet eivät todennäköisesti paranna ruuan laatua, makua tai tuoreutta.

### **3.2.4 Ruuan ympäristövaikutukset**

MTT:n tutkimus Kestävä kulutus ja tuotanto osoittaa ruokakulutuksen merkityksen suomalaisen kuluttajan ympäristövaikutuksista olevan keskeinen. Kuluttajan kaikista ympäristövaikutuksista noin kolmannes aiheutuu ruuasta. Erityinen vaikutus ruuan kulutuksella on vesistöjen tilaan, sillä ruokailu voi vastata puolta kaikista kulutuksen ravinnepäästöistä. Ilmastovaikutuksista ruuan osuus on vajaa 30 %, eli hieman alhaisempi.

Lähiruuan positiivisia ympäristövaikutuksia voi perustella kuljetusmatkojen ja sitä kautta öljyn käytön pienenemisellä. Lisäksi lähiruuan käyttö vähentää ulkomailta tuotavan ruuan määrää. Jos esimerkiksi riisin korvaa kotimaisella ohralla, se vähentää virtuaaliveden määrää. Virtuaalivedellä tarkoitetaan vettä, joka riisiviljelyssä menee peltojen kasteluun ja joka samaisilla alueilla olisi kallisarvoista juomavettä.

Ympäristöpassi on EkoCentrian toimesta kehitetty työkalu, joka helpottaa ammattikeittiöiden perehtymistä alansa ympäristövaikutuksiin. Ympäristöpassi on valmennusaineisto ja osaamistesti ruokapalveluiden ympäristöasioista, jota voi verrata hygieniapassiin kerrotaan Ympäristöpassi.fi-sivustolla. Ympäristöpassia jaettiin Lähiruokaviestillä muun aineiston yhteydessä.

## **4 LÄHIRUOKAVIESTIN MERKITYS**

### **4.1 Tutkimuksen tavoitteet**

Opinnäytetyöni tutkimustavoitteena oli selvittää onko Lähiruokaviestihankkeen tavoitteet täyttyneet. Haastattelukysymykset koskivat viestin teemaa, eli kestävien valintojen edistämistä julkisen sektorin ruokapalveluissa ja ne oli suunnattu maakuntajohtajille.

Tutkimuksen tavoitteisiin pääsemiseksi laadin seuraavat ydinkysymykset:

- Millaisia vaikutuksia Lähiruokaviestillä oli maakuntajohtajien mielestä?
- Herättikö Lähiruokaviestin teeman mukaista keskustelua mediassa?
- Johtiko Lähiruokaviestin toimenpiteisiin päätöksenteossa?

### **4.2 Tutkimuksen rajaus**

Tutkimus on rajattu koskemaan niitä maakuntajohtajia, joiden alueella Lähiruokaviestillä poljettiin elokuussa 2011. Mukana haastatteluissa on ollut seitsemän maakuntajohtajaa. Uudenmaan maakuntajohtaja rajattiin tutkimuksen ulkopuolelle, koska hän ei osallistunut Lähiruokaviestille millään tasolla, eikä

häneen pidetty yhteyttä viestin tiimoilta. Tämä johtuu siitä, että päätöstapahtuman järjestelyistä Helsingissä vastasi MTK Herkkujen Suomi-tapahtuman järjestäjänä.

Maakuntajohtajat valittiin tutkimukseen sen perusteella, että he edustavat kuntapäättäjien ja median ohella yhtä Lähiruokaviestin pääkohderyhmästä. Maakuntajohtajat toimivat asemassa, jossa he pystyvät vaikuttamaan alueensa ruokapalveluiden kehittymiseen tulevaisuudessa. Haastatellut edustivat seuraavia maakuntia:

- Pohjois-Karjala
- Keski-Suomi
- Etelä-Pohjanmaa
- Pirkanmaa
- Häme
- Satakunta
- Pohjois-Savo.

Kuusi haastatellusta seitsemästä maakuntajohtajasta oli Lähiruokaviestissä aktiivisesti mukana. He toimivat itse kärkipolkijana maakunnan alueella poljetulla etapeilla ja osallistuivat matkan varrella järjestettyihin lehdistötilaisuuksiin. Lehdistötilaisuuksissa kaikilla osallistujilla oli käytössä kahden minuutin puheenvuoro, jossa he kertoivat oman alueensa ruokapalveluiden nykytilasta, sekä siitä millaisia linjauksia tulevaisuudessa on kaavailtu Lähiruokaviestin teemaan liittyen.

### **4.3 Tutkimusmenetelmät**

Opinnäytetyöni tutkimusmenetelmä on laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. Yinin (1994) määritelmän mukaan kyseessä on tutkimus, jossa jotain nykyajassa tapahtuvaa ilmiötä tarkastellaan sen todellisessa tapahtumakontekstissa eli siinä ympäristössä missä ilmiö tapahtuu. Työn tutkimusotteena on käytetty selittävää tapaustutkimusta. Tapaustutkimuksella haetaan vastauksia selittäviin kysymyksiin, jotka alkavat esimerkiksi sanoilla ”miksi” tai ”miten”.



Tutkimus toteutettiin strukturoituna haastatteluna. Kyseisen tutkimuksen tuloksia ei ole tarkoitettu tilastollisiksi todisteiksi, vaan antamaan mahdollisimman todenmukainen käsitys maakuntajohtajien käsityksistä Lähiruokaviestin vaikuttavuudesta heidän omassa maakunnassaan.

#### **4.4 Tutkimuksen toteutus**

Teemahaastattelut toteutettiin puhelimitse ja haastattelut nauhoitettiin. Nauhoituksista haastattelut litteroitiin. Haastattelut toteutettiin kaikille samaa haastattelurunkoa noudattaen. Kysymykset laadittiin yhteistyössä Lähiruokaviestin hankepäällikkö Irma Kärkkäisen kanssa. Kysymyspatteristo löytyy opinnäytetyön liitteestä 3.

Seuraavaksi haastattelut analysoitiin aineistolähtöisesti ja niistä etsittiin tutkimusongelman kannalta olennaisia yhdistäviä sekä erottavia teemoja. Maakuntajohtajien vastauksia verrattiin keskenään ja tuloksista nostettiin maakuntajohtajien esille nostamia asioita. Tutkimustulosten esittelyssä mainitaan esimerkiksi kuinka moni maakuntajohtaja on keskustellut Lähiruokaviestin teeman mukaisesti virallisissa kokouksissa. Haastattelutulosten pohjalta löytyneet kehitysehdotukset esitetään EkoCentrialle.

Tutkimus toteutettiin lokakuussa, jolloin Lähiruokaviestistä oli aikaa noin kaksi kuukautta. Hanketapahtuman ja haastattelujen välille jätettiin aikaa, jolloin Lähiruokaviestistä seuranneiden toimenpiteiden oli mahdollista jo näkyä. Toisaalta asiaan oli ehtinyt muodostua jo hieman etäisyyttä, joka saattoi vaikuttaa muun muassa innostukseen.

Puhelinhaastattelun kysymykset lähetettiin maakuntajohtajille etukäteen tutustuttaviksi. Tämän jälkeen soitin sovittuun haastattelu-aikaan maakuntajohtajille ja esitin samat kysymykset suullisesti.

Valitsin aineistolähtöisen tarkastelutavan saadakseni mahdollisimman tarkan ja todellisen kuvan maakuntajohtajien näkemyksestä Lähiruokaviestin vaikuttavuudesta. Avoimet kysymykset edesauttoivat maakuntajohtajien omien näkemysten esille tuloa sekä luontevaa kertomista. Haastattelun yhteydessä kysyin myös kehitysajatuksia Lähiruokaviestin toteuttamiseen, kuten viestintään liittyen.

Lähiruokaviestin mielikuvasta ja vaikuttavuuden onnistumisesta viestii saamieni vastausten määrä. Kaikki maakuntajohtajat, joita lähestyttiin, olivat valmiita vastaamaan kyselyyn ja kuusi seitsemästä oli valmistautunut haastatteluun tutustumalla kysymyksiin ennakkoon. Lisäksi maakuntajohtajat olivat valmiit sopimaan kanssani haastatteluajan hyvinkin lyhyellä, alle viikon varoitusajalla.

## **5 TUTKIMUKSEN TULOKSET**

Tässä kappaleessa esitellään tuloksia, jotka pohjautuvat maakuntajohtajille tehtyihin haastatteluihin. Tulokset kertovat seitsemän maakuntajohtajan näkemyksistä Lähiruokaviestin vaikuttavuudesta viestintävälineenä ja siitä, onko Lähiruokaviesti aikaansaanut hankkeella tavoiteltua toimintaa maakunnan alueella.

Kuusi seitsemästä maakuntajohtajasta osallistui itse viestitapahtumiin. Maakuntajohtajat olivat joko lähettämässä ja vastaanottamassa viestiä, viemässä viestikapulaa pyöräillen tai osallistumassa lehdistötilaisuuksiin. Parhaimmassa tapauksessa maakuntajohtaja osallistui näihin kaikkiin.

## **5.2 Maakuntajohtajien mielikuvat Lähiruokaviestistä**

Kuuden maakuntajohtajan kommentit Lähiruokaviestistä olivat positiivisia. Suurin osa haastatelluista johtajista kertoi viestin olleen erittäin positiivisen henkinen, sekä hauska tapahtuma. Useat maakuntajohtajat kehuivat tapahtuman järjestelyitä ja sen reipashenkisyyttä. Kiitosta tapahtuma sai myös siitä, että Lähiruokaviestissä liikunta, tässä tapauksessa pyöräily, oli suuressa osassa. Liikunnan liittäminen ruuasta puhumiseen edistää kokonaisvaltaisesti asian tervehenkisyyttä.

Haastatelluista maakuntajohtajista yksi ei osallistunut viestiin lainkaan. Hän kertoo päällimmäisenä tunnelmanaan olevan harmituksen siitä, ettei päässyt osallistumaan tapahtumaan. Maakuntajohtaja kertoo, kuinka viesti jäi heidän maakunnassaan vähäiselle huomiolle. Samassa hän kertoo itse ottavansa osasyyn asiasta.

## **5.3 Lähiruokaviestin aikaansaamat vaikutukset**

Lähiruokaviestin tavoitteena oli herättää keskustelua päättäjien keskuudessa ja mediassa. Maakuntajohtajilla oli hieman vaihtelevia kokemuksia tavoitteen toteutumisesta, mutta suurin osa haastatelluista ilmentää vastauksillaan tavoitteen täyttyneen.

Useat maakuntajohtajat totesivat Lähiruokaviestin tehostaneen jo käytyä keskustelua tai muistuttaneen jo ennestään tutusta aiheesta. Keskustelua käytiin tietenkin itse Lähiruokaviestillä, jolloin maakuntajohtajat osallistuivat viestikapulan vientiin, sekä lehdistötilaisuuksiin. Viestillä positiiviseksi koettiin mahdollisuus keskustella asiantuntijoiden kanssa.

### **5.3.1 Käsittely maakuntavaltuuston- ja hallituksen kokouksessa**

Maakuntajohtajista yksi seitsemästä kertoo, etteivät ole käsitelleet asiaa millään tasolla maakuntahallituksen- tai valtuustonkokouksissa. Kyseinen maakuntajohtajista ei itse osallistunut viestille. Tästä voi päätellä sen, että myöskään viestillä mukana ollut kyseisen maakunnan edustaja ei ole nostanut asiaa keskusteluun kokouksissa.

Kuusi seitsemästä maakuntajohtajasta kertoo keskustelua heränneen tai sitä olleen jo aiemmin. Kaksi maakuntajohtajista koki viestin vahvistaneen keskustelua ja antaneen tukea ajatuksille, joita kokouksissa on jo aiemmin käsitelty. Päätöksiä asian edistämiseksi ei suoranaisesti ole tehty, eikä aihe ole ollut esityslistalla. Keskustelu on kuitenkin herännyt ja maakunnan tulevaisuutta on suunniteltu lähdeettävän rakentamaan enemmän lähi- ja luomuruokaa mahdollistaviksi.

Yksi maakuntajohtajista kertoi, että heidän alueellaan asia oli otettu todella vakavasti käsittelyyn. Maakunnassa asia käytiin läpi hallitustasolla, siitä tiedotettiin valtuutetuille ja kerrattiin vielä valtuuston syysseminaarissa. Lähiruokaviestin ja lähi- ja luomuruuan merkitystä maakunnalle mietittiin päättäjien keskuudessa tosissaan.

Yksi maakuntajohtajista kertoi keskustelusta, jota oli käyty maakuntastrategiaa pohdittaessa elinkeinojen kehittämisen yhteydessä. Toinen maakuntajohtaja kertoi lähi- ja luomuruuan näkyvän jo nyt vahvasti strategiassa.

### **5.3.2 Lähiruokaviestin saama mediahuomio**

Lähi- ja luomuruuan tuottamisesta, käytöstä ja vähittäiskaupasta on puhuttu haastattelujen perusteella mediassa paljon. Lähiruokaviestin teema on noussut mediassa pinnalle monesta eri näkökulmasta tarkasteltuna, kertoo yksi haastatelluista. Lähes kaikki maakuntajohtajat toteavan aiheen sinänsä olleen pinnalla, mutta itse viestiä ei välttämättä oltu mainittu lehtiartikkeleissa.

Neljä maakuntajohtajaa oli tyytyväisiä oman alueensa median osoittamaan huomioon Lähiruokaviestiä kohtaan. Huomion kerrottiin olleen positiivista ja maakuntajohtajat muistivat media-iskemät niin lehdistä kuin radiosta. Eräs maakuntajohtaja toteaa seuraavaa:

*”Viesti näkyi hyvin mediassa monella eri taholla. Hienosti hoidettu ja järjestetty. Lähiruoka teemana in vähä kaikkialla. Eritoten meidän kaltaisessa maakunnassa, jossa alkutuotannolla ja jalostuksella merkittävä rooli, niin aina on uutisarvoa”.*

Maakuntajohtajista kaksi mainitsi tehneensä itse töitä näkyvyyden saamiseksi. Toinen heistä kirjoitti itse kaksi artikkelia lehteen. Artikkelit julkaistiin ja ne herättivät lisää keskustelua aiheesta.

Joidenkin alueen suurimpien medioiden puuttumista tai vain pientä huomiointia viestiä kohtaan harmiteltiin.

### **5.3.3 Teeman mukainen keskustelu muissa sidosryhmissä**

Neljä kuudesta maakuntajohtajasta kertoi keskustelleensa viestistä ja sen teemoista muissa sidosryhmissä. Esille tuli myös muita yhteyksiä, missä teema on ollut esillä ilman varsinaista keskustelua. Vain yksi maakuntajohtajista sanoi, ettei ole keskustellut aiheesta missään sidosryhmissä. Maakuntajohtajat ovat käyneet keskustelua omassa tuttava- ja lähipiireissään ja viestillä mukana olleiden henkilöiden kanssa.

Yksi maakuntajohtajista kertoi vähittäiskaupan huomioineen Lähiruokaviestin saapumisen kaupunkiin. Kauppa oli reagoinut muuttamalla omaa mainontaansa. Ilmoituksissa alkoi näkyä lähiruoka-sanana. Maakuntajohtajan mielestä vaikutus oli positiivinen.

Yksi kertoo keskustelua olleen monessa yhteydessä:

*”Tuottajajärjestöissä ja ammattikorkeakoulun ammatillisen ja yliopiston yhteistyössä, ELY:n koko maakunnan maakuntaohjelmissa painopisteenä ja kasvualana elintarvikeala. Siinä silloin on myös lähellä tuotettu ruoka ja keskustelussa myös hankinnoissa. Siinä se on ollut varsin voimallisesti.”*

## 5.4 Lähiruokaviestin vaikutukset maakunnan ruokapalveluihin vuonna 2011

Enemmistö maakuntajohtajista kertoi tietoisuutensa lähiruuan käytöstä julkisissa ruokapalveluissa lisääntyneen. Johtajat totesivat viestin jääneen vahvasti mieleen, ja samalla ruokapalveluiden tarjoamien aterioiden alkuperään ja laatuun tulitaisiin kiinnittämään jatkossa enemmän huomiota. Kunta- tai laitostasolla on tehty jo joitain päätöksiä lähi- ja luomuruuan lisäämiseksi.

Maakuntajohtajista yksi kertoi tietoisuuden lisääntyneen niin, että se tulee jatkossa vaikuttamaan maakuntastrategian sisältöön teeman mukaisten tuotteiden lisäämiseksi:

*"Uskoisin, että olennaisin vaikutus oli se että se jäi kyllä mieleen se viesti ja lähiruuan merkitys. Kun näitä päätöksiä sitten jatkossa tehdään, niin näissä on vaikutusta mieleen painumisella."*

Eräs maakuntajohtaja kommentoi vaikutuksia seuraavalla tavalla:

*"Lähiruoka teemana noussut pinnalle. Entistä useammin mitä itsekkin olen havainnoinut, aihe nousee ihan normaalissa ruokatarjonnassa esille. Lehdistöissä näkyy tämä asia, osin viestin ansiosta ja osin muistakin syistä. Erilaisissa tilaisuuksissa, kuten maakuntaliiton kokouksissa, lähdetään siitä että jos on tarjoilua niin painotus on lähiruouassa. Ruokapalveluissa entistä enemmän tarkastellaan sitä, että mistä ruoka on peräisin ja kuinka kaukaa se tulee. Sillä lailla on ollut positiivinen vaikutus."*

Yksi maakuntajohtajista kertoi suoraan, että heillä on haettu hallitusohjelman ja Valtioneuvoston periaatepäätöksen mukaista toimintaa. Oppilaitoksissa on myös järjestetty tilaisuuksia ja teemapäiviä.

Kaksi maakuntajohtajista epäili vaikuttavuutta. Toinen kertoi, että lähiruokaviestin ei vaikuttanut millään tavalla ja toinen kertoi sen vaikuttaneen ainoastaan siihen, että huomataan tarjontaa ja kysyntää olevan.

## 5.5 Lähiruokaviestin vaikutukset tulevaisuudessa

Kaikki kyselyyn vastanneet kokivat Lähiruokaviestin hyvänä promootiotilaisuutena ja merkityksellisenä aiheen pinnalla pitämisen kannalta. Kaikista negatiivisinkin vastaaja totesi jotain aina tapahtuvan, kun asiaa jaksetaan pitää esillä.

Neljä maakuntajohtajaa näki viestin seurauksena lähi- ja luomuruuan käytölle mahdollisuuksia myös julkisen sektorin ruokapalveluissa. He myös epäilivät lähi- ja luomuruuan käytön lisääntyvän jatkossa.

Tapahtumista pois jäänyt maakuntajohtaja totesi haluavansa jatkossa olla mukana, mikäli samankaltaisia tempauksia järjestettäisiin.

Erään maakuntajohtajan mielestä lähiruuan käyttöön liittyvien haasteiden ratkaisuun pitäisi myös käyttää resursseja, jotta riittävän suuri erä lähiruokaa saataisiin riittävän tasoisella toimitusvarmuudella markkinoille.

Lähiruokaviestistä koettiin tarjonneen virikkeitä, joista on syntynyt keskustelua joka edesauttaa teeman eteenpäin menemistä. Toisaalta yksi maakuntajohtaja kaipasi kilpailutuksesta lisätietoa ja ohjeistusta, kuinka lain puitteissa voi näin toimia.

Erään maakuntajohtajan mielestä terveys ja hyvä elämänlaatu ovat avainasemassa suunnitelmia tehdessä, mutta hän totesi tuoreen ruuan, eli sitä kautta lähituotteiden edistävän näitä tavoitteita.

## 5.6 Julkisten ruokapalveluiden hankintojen merkitys maakunnalle

Maakuntajohtajille esitettiin kysymys siitä kuinka he näkevät julkisten ruokapalveluiden hankintojen vaikuttavan maakuntaan. Kysymyksen avulla tehtiin havaintoja siitä, kokevatko maakuntajohtajat hankintojen paikallisuuden vaikuttavan esimerkiksi maakunnan työllisyyteen, verotuloihin tai päästöjen vähentymiseen.

Asiasta innostuneen maakuntajohtajan kommentti:

*"Siitä tulee koko tehokas ketju mieleen, eli työllisyys, tuoreus, laatu, ekologisuus ja logistiikka. Säästetään kovin paljon kuljetuskustannuksissa, kun ruvetaan käyttämään lähiruokajuttua oikealla tavalla. Työllisyys, ekologisuus ja terveellisyys, joka taas tulee tähän tuoreeseen tuotteeseen. Tämä on tärkeä. Hintaa en tähän nostaisi, sillä saattaa olla että lähiruoka on jossain tapauksessa kalliimpi ja se saakin olla kalliimpi, koska siinä ei kilpailla hinnan kanssa. Halpaketju kykenee tuottamaan kiinasta halpaa, mutta meidän täytyy katsoa laatuun. Nimenomaan jos julkisen ruokapalvelun kannalta tätä katsoo, niin ne on tällaiset asiat mitkä sieltä nousee."*

Maakuntajohtaja, jonka alue ei ole merkittävä ruuantuottaja-maakunta, ei kokenut vaikutuksia kovinkaan suurina. Muut maakuntajohtajat kokivat vaikutukset joko suurina tai erittäin suurina. Yksi maakuntajohtajista toivoi valtakunnan tason päätöksiä ja apua tilanteeseen, jossa lähellä tuotettu ruoka saattaa jäädä paitsioon esimerkiksi julkisten kilpailutuslakien takia.

Alkutuotannollisesti merkittävän maakunnan johtaja koki vaikutukset erittäin merkittävinä, siinä mielessä mitä tuotannolle ja jalostukselle näiden käytöstä kehkeytyy. Hän koki, että kulutuksen muodostumisella on suuri merkitys oman alueen klusterin kehitykseen.



## **5.7 Maakuntajohtajien näkemys ruokatarjonnan muuttumisesta**

Lähiruokaviestin teemana oli ”Tarjoa tuoretta”. Tämän lisäksi viestin aikana puhuttiin tietyistä teematuotteista, kuten sesongin mukaiset kasvikset. Lisäksi viestin taustalla on Valtioneuvoston periaatepäättös. Seuraavat kohdat pohjautuvat maakuntajohtajien ajatuksiin kyseisten tuotteiden tarjonnan muuttumisesta seuraavien kolmen vuoden aikana.

Maakuntajohtajille esitetty kysymys kuului: Miten arvioitte seuraavien tuoteryhmien tarjoamisen kuntaruokailussa muuttuvan seuraavan kolmen vuoden aikana.

### **5.7.1 Luomutuotteiden tarjoaminen**

Kaikki maakuntajohtajat arvelivat luomutuotteiden käytön lisääntyvän julkisen sektorin ruokapalveluissa. Erityisesti lisääntymisen ajateltiin näkyvän laitosruokailussa ja päiväkodeissa, eli vanhusten ja lasten ruokatarjonnassa.

Luomu aiheutti terminä myös hieman epäluottamusta ja yksi maakuntajohtajista toivoi kokonaan uutta terminologiaa, jossa luomu- ja lähiruoka yhdistyisivät. Hänen mielestään luomu on terminä kulunut ja epäselvä. Hän koki että luomu voisi olla yhtä kuin lähellä tuotettu. Maakuntajohtaja oli huolissaan siitä, että Suomessa markkinoinaan Saksassa autobaanan varrella viljeltyä kurkkua ja tomaattia luomuna, joka on oikeasti kaikkea muuta kuin luomua. Ekologisesti ja eettisesti katsottuna ainoita oikeita tuotteita ovat vain Suomessa tuotetut tuotteet, hän totesi loppuun. Eettisiä periaatteita peräänkuulutti myös toinen haastateltava.

Yksi maakuntajohtajista kertoo itse toimineensa luomutuottajana noin 20 vuoden ajan. Hän on nähnyt luomun käyttöön liittyvän aaltoliikkeen ja kertoo kulutuksen ja kysynnän olevan nyt taas aallon harjalla. Hän uskoo myös luomutuotannon lisääntyvän.

### 5.7.2 Kasvisaterioiden tarjoaminen

Kasvisaterioiden tarjoamisen epäiltiin joko pysyvän ennallaan tai kasvavan. Kahdella maakuntajohtajalla oli negatiivinen suhtautuminen kasvisruokailuun omiin mieltymyksiin perustuen. Yksi vastaajista sanoi myös ihmisen fysiologian muuttuneen enemmän lihansyöjäksi.

Yksi vastaajista esitti kantanaan suoraan sen, että kasvien ei tarvitse lisääntyä. Neljä seitsemästä maakuntajohtajasta arveli kasvien käytön lisääntyvän lisäkkeinä, mutta eikä niinkään kasvisruokavaliona.

Kahdessa vastauksessa nousi esiin ruokatrendit ja samassa yhteydessä karppaus. Karppaus eli vähähiilihydraattinen ruokavalio edistää kasvien syöntiä juuri lisukkeena. Karppauksessa vältellään niin kutsuttuja normaaleja lisäkeitä, eli perunaa, riisiä ja pastaa, jolloin kasvien ja vihannesten lisääminen on puolestaan luontevaa. Ruokavaliotrendien uskottiin tosin olevan ohimeneviä.

Yksi maakuntajohtajista vetosi kasvien terveysvaikutuksiin. Heidän maakuntansa strategiassa puhutaan hyvinvointiklusterista, johon yhtenä osa-alueena kuuluu terveellinen ruokavalio. Tämän pohjalta maakuntajohtaja totesi, että ravitsemuksen on oltava hyvä ja näin ollen tarjottavien kasvien määrän noustava.

### 5.7.3 Sesongin mukaisten tuotteiden tarjoaminen

Sesongin mukaisten tuotteiden lisäämiseen oli selkeästi eniten toiveita. Kaksi maakuntajohtajista ajatteli sesongin tuotteiden käyttämisen samalla tarkoittavan lähiruuan käytön lisääntymistä. Toiset kaksi haastatelluista pelkäsi hieman sesongin tuotteiden saatavuusvarmuutta. He kuitenkin toivoivat tarjonnan lisääntyvän.

Eräässä maakunnassa on oma maakuntamenu, joka vaihtuu neljästi vuodessa aina sesongin mukaan. Maakuntajohtaja kertoi, että tämän edistämiseen tuli tukea myös Lähiruokaviestin seurauksena:

*” Toivotaan että sesonki puree ja ihmiset käyttävät sesonkituotteita, vaikkapa kesän ja syksyn marjasatoa tai muikkusaaliita, että ne pääsisivät aina freeseinä pöytään. Parhaimmillaan ne kuitenkin on silloin kuin ne on suoraan luonnosta poimittuja kausimakuja”, kommentoi eräs maakuntajohtajista. ”*

Yksi maakuntajohtajista toivoi, että sesonginmukaiseen tarjontaan mentäisiin laajemminkin katsottuna. Hänen mielestään esimerkiksi kiwiä tai mangoa ei tarvitsisi olla edes kaupoissa tarjolla ympäri vuoden. Hän totesi, että jos uusia perunoitakin olisi saatavilla ympäri vuoden, niin eiväthän ne tuntuisi enää miltään.

## **5.8 Tarjonnan muuttamiseksi tehdyt suunnitelmat tai toimenpiteet**

Neljä seitsemästä maakuntajohtajasta toteaa, että suunnitelmia tarjonnan muuttamiseksi on jo tehty jollain tasolla. Yksi kertoo heillä olevan jatkuvasti elintarviketeollisuuden kanssa kehittämisprojekteja meneillään. Toisaalta hän toivoo vielä lisää tuottaja-ostaja yhteistyötä ja molemminpuolisen tietoisuuden lisäämistä. Hän toteaa heidän tulevaisuudessa nousevan yhä enemmän esille elintarvikemaakuntana ja näin ollen painopisteitä lähi- ja luomuruualle on asetettu. Myös toinen maakuntajohtaja kertoo lähi- ja luomuasioiden näkyvän heillä jo strategiassa.

Kahdella teot näkyvät suunnitteilla olevassa maakuntastrategiassa. Lähi- ja luomuruuan lisääminen tulee toteutumaan maakunnan seuraavan strategian luonnin yhteydessä.

Kaksi maakuntajohtajaa kertoo asian olevan ja olleen hyvin esillä olemassa olevien esimerkkien kautta. Toisella esimerkkinä toimii yksi alueen kunnista ja toisella eräälle paikalliselle toimijalle myönnetty Portaat luomuun –diplomi. Nämä ovat levittäneet tietoa ja todentaneet asian mahdollisuutta.

Aktivointia ja tietoisuuden lisäämistä on maakunnissa tehty. Eräs maakuntajohtaja kiteytti heidän tarvitsevan erilaisia järjestelmiä, millä pystytään varmistamaan nämä riittävän suuret erät ja riittävän tasainen toimitustahti, tasainen laatu ja niin edespäin.

### **5.9 Hallitusohjelman luomu- ja lähiruokastrategioiden näkyvyys maakuntatason strategiassa**

Neljällä seitsemästä maakuntajohtajasta on tieto, että lähi- ja luomuruuan käyttö näkyy jo nyt maakuntastrategiassa tai vastaavanlaisessa linjauksessa. Viides päättäjä epäilee kyseisten linjausten tulevan sinne jatkossa ja kuudes lupaa näin tapahtuvan. Seitsemäs maakuntajohtaja kertoo aihepiirien olevan jatkossa erittäin suppeasti esillä. Heilläkin tullaan kuitenkin kasvattamaan tuotantoa ja jalostusarvoa maakunnassa.

Eräs maakuntajohtaja totesi hallituksen lähi- ja luomuruokastrategioiden olevan heillä hyvin keskeisesti esillä. Hän pitää aluetta elintarvikemaakuntana koko ketjun laajuudelta ja kertoo puhtauden olevan heidän tuleva maakuntabrändi. Tämä merkitsee myös puhtaita elintarvikkeita, sekä lähi- ja luomuruokaa.

### **5.10 Maakuntajohtajien vapaa palaute ja kehitysehdotukset Lähiruokaviestistä**

Kaksi maakuntajohtajaa toivoi parempaa ennakkotiedotusta Lähiruokaviestistä. Viestintä olisi tullut aloittaa aiemmin. Toinen heistä toivoi myös yhdessä luotavaa viestintästrategiaa tapahtuman ympärille. Viisi seitsemästä maakuntajohtajasta kiitteli aktiivisuudesta asian puolesta ja totesi käytännönjärjestelyiden sujuneen hyvin.

Yksi ehdotti ajankohtaisohjelman tekemistä julkisten ruokapalvelujen lähi- ja luomutarjonnan ympärille. Hänen mielestään uutisarvo riittäisi kokonaiseen ohjelmaan. Kaikkien seitsemän maakuntajohtajan mielikuvat viestistä olivat positiiviset.

## 6 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI

### 6.1 Tutkimuksen luotettavuus

Haastattelu toteutettiin maakuntajohtajille puhelinhaastatteluna. Maakuntajohtajat oli valittu sen mukaan, minkä maakuntien alueella Lähiruokaviestistä toteutettiin vuonna 2011.

Haastattelukysymykset luotiin yhdessä Lähiruokaviestin hankehenkilökunnan kanssa. EkoCentria oli antamassa viitteitä, mitä haastattelussa halutaan selvittää. Ensijainen tarkoitus oli selvittää maakuntajohtajien näkemys siitä, onko Lähiruokaviestistä onnistunut tavoitteissaan. Tavoitteena oli keskustelun herättäminen päättäjien keskuudessa ja mediassa. Mielestäni tämän selvittämisessä onnistuttiin hyvin. Tutkittaessa vuonna 2011 järjestetyn Lähiruokaviestin vaikutuksia maakuntajohtajien näkökulmasta tuloksia voidaan otokseen nähden pitää luotettavina.

Arvioisin tuloksia luotettaviksi selvittäessä maakuntajohtajien mielikuvia Lähiruokaviestistä. Haastatteluun osallistui kaikki 7 maakuntajohtajaa, joihin oltiin yhteydessä Lähiruokaviestistä tehdessä. Viisi seitsemästä osallistui myös johonkin Lähiruokaviestin osa-alueesta.

Tahtotilaa tehdä muutoksia lähi- ja luomuruuan lisäämiseksi julkisissa ruokapalveluissa olisi voinut selvittää hieman enemmän. Nyt maakuntajohtajat ajattelivat aika paljon esteitä liittyen hankintalakiin ja tuottajien toimitusvarmuuteen. Olisi ollut hyvä tietää, onko heillä kuitenkin halua alkaa tarjota enemmän lähi- ja luomutuotteita, mikäli ongelmakeskeisestä ajattelusta siirryttäisiin ratkaisukeskeisyyteen.

## 6.1 Johtopäätökset

Tämän tutkimuksen tavoitteena on ollut selvittää maakuntajohtajien mielikuvia vuonna 2011 järjestetystä Lähiruokaviestistä. Lähiruokaviesti on viestintätapahtuma ja osa suurempaa Kestävät Valinnat –hankekokonaisuutta. Lähiruokaviesti koettiin positiivisena tapahtumana ja sille toivottiin myös jatkoa. Haastattelujen avulla olen tutkinut sitä, mitä vaikutuksia Lähiruokaviestillä on ollut ja kuinka sitä voisi kehittää eteenpäin. Tässä osuudessa kokoan tutkimuksen päätulokset ja johtopäätökset sekä annan ehdotukseni mielestäni keskeisistä kehittämistoimenpiteistä.

Tutkimuksen perusteella vaikuttaa siltä, että Lähiruokaviesti on onnistunut tavoitteessaan keskustelun herättäjänä. Keskustelua oli käyty joko ennen viestiä tai viestin jälkeen maakuntatason hallituksen- ja/tai valtuustonkokouksessa. Korostuneesti vaikutukset näkyivät niiden maakuntajohtajien arvioinnissa, jotka olivat henkilökohtaisesti innostuneita lähi- ja luomuruuan asian edistämiseksi.

Medianäkyvyyttä hanke sai kiitettävästi. Maakuntajohtajat kertoivat hankkeen näkyneen viestin aikana. Kaikki maakuntajohtajat kertoivat nähneensä lehtijuttuja. Kolme maakuntajohtajaa kertoi teeman olleen myös aiemmin esillä mediassa. Lähiruokaviestin oman mediaseurannan perusteella asetetut tavoitteet lehtiartikkelien määrästä ylittyivät.

Useimmissa maakunnissa lähi- ja luomuruuan edistämiseksi oltiin valmiita ja aikeissa tehdä päätöksiä. Osassa päätöksiä oli jo tehty ennen viestiä, jolloin viesti vahvisti asiaa ja antoi luottoa.

Lähiruokaviesti toimii menetelmänä viestiä lähi- ja luomuruuan mahdollisuuksista julkisissa ruokapalveluissa. On tärkeää, että on olemassa tällaisia tapahtumia, joissa niiden käytön mahdollisuus todennetaan. Myös asiantuntijuus järjestäjäorganisaatiossa on merkittävää.

## 6.2 Tutkimuksessa havaitut kehityskohteet

Yleisesti lähiruokaviestistä tapahtumana näytti onnistuneen. Kaikki maakuntajohtajat suhtautuivat positiivisesti tapahtumaan ja suunnittelivat jatkoon samankaltaista aktivointia.

Lähiruuan käytön havaitsin nousseen yhtä maakuntaa lukuun ottamatta ajankohtaiseksi asiaksi. Lähiruuan käytön yhteydessä puhuttiin myös ruokaperinteen säilyttämisestä ja arvostamisesta, jonka nähtiin toteutuvan lähiruuan suosimisen yhteydessä.

Lähiruokaviestissä täytyisi jatkossa entistä enemmän korostaa sen tarkoitusta nimenomaan julkisten ruokapalveluiden muuttamiseksi. Haastattelussa useat maakuntajohtajat ottivat esille ravintolaruokailun ja kauppojen tarjonnan, vaikka Lähiruokaviestillä ei näihin asioihin kajottu lainkaan. Puhe keskittyi teeman mukaisiin asioihin, eli kestäviin valintoihin julkisissa ruokapalveluissa.

Terminologia on yksi tekijä, minkä vaatii jatkossa selventämistä. Lähiruokaa ja luomuruokaa ajatellaan helposti samaa tarkoittavina asioina ja kaikkea lähiruokaa pidetään helposti luomuna. Joissain haastatelluissa luomu terminä herätti epäluotettavuutta, jonka takia olisi myös tärkeää selventää, että luomusanan käyttöön on asetettu tiukat kriteerit eikä sertifikaattia saa luvatta käyttää.

Maakuntajohtajille tulisi korostaa jatkossa enemmän sitä, miksi juuri he ovat kohderyhmänä Lähiruokaviestissä. Kaikki eivät tuntuneet sisäistäneen sitä, kuinka maakuntatason päätökset myös ruokapalveluiden osalta ohjaavat kuntien päätöksentekoa.

Kahdelta maakuntajohtajalta tuli suoraa palautetta tapahtuman ennakaviestinnästä. Nykyiseltään ensimmäiset kontaktit otetaan alkuvuodesta tammikuussa puhelimella ja sähköpostitse asiaa avatakseen. Samalla sovitaan ensimmäinen suunnittelupäivä. Tämän ei koettu riittävän, vaan viestiä tapahtumasta haluttiin jo aiemmin. Samoin tapahtuman sisällöstä kaivattiin

lisätietoja. Itse uskon, että jos maakuntajohtaja olisi lukenut saamansa sähköpostin tarkkaan ja perehtynyt hieman asiaan EkoCentrian internetsivuilla, ei tapahtuma olisi vaatinut lisäselvitystä. Kuitenkin ennakointi ja aiempi tiedotus varmasti helpottaa asian sisäistämistä. Myös määrällinen tehostus viestinnässä auttaa varmaan asian sisältämistä. Toki alustava ilmoitus Lähiruokaviestin järjestämisestä olisi suotavaa lähettää jo edeltävän vuoden puolella.

### 6.3 Jatkotoimenpiteet

Tutkimusta olisi erittäin mielenkiintoista jatkaa kestävien valintojen aluetaloudellisten merkitysten kartoittamisella. Olisi tärkeää, jos kunta- ja maakuntapäätäjille pystyttäisiin esittämään lukujen kautta mustaa valkoisella, kuinka esimerkiksi lähiruuan käyttö vaikuttaa aluetaloudellisesti. Itse ajattelisin sen vähentävän hiilidioksidipäästöjä, sillä kuljetuksiin ei menisi niin paljoa öljyä. Lisäksi sen vaikutukset näkyisivät positiivisesti verorahoissa, sillä ne jäisivät oman maakunnan alueelle. Pitkän ajan sisällä voisi ilmetä positiivinen vaikutus myös alueen työllisyyteen.

Toinen mielenkiintoinen tutkimusaihe olisi se, kuinka tuottajien, ruokapalvelupäälliköiden ja päättäjien yhteistyöverkostoa saisi kehitettyä niin, että he olisivat valmiit työskentelemään yhdessä lähi- ja luomuruuan puolesta. Heidän tulisi sitoutua usean vuoden kehitysprojektiin, jonka avulla ensin kartoitettaisiin kunkin tarpeet ja halut ja mietittäisiin työkalut näiden toteuttamiseen. Ruuan laatuvaatimukset ja toimitusvarmuuden sanelisivat ruokapalvelupäälliköt. Tuottajat vastaisivat oman yhteistyöverkostonsa luomisesta, jotta tarvittavat määrät saataisiin kasaan. Päättäjät lupaisivat resursseja kehitykseen. Uskallan väittää, että pitkän tähtäimen projektina lähi- ja luomuruuan käyttämisellä säästöt syntyvät esimerkiksi terveydenhoitokulujen vähenemisen kautta.

Lähiruokavietin tulevaisuuden kannalta koen että samantyylliselle viestintätapahtumalle on edelleen kysyntää. Tutkimuksen perusteella Lähiruokaviesti näyttää onnistuneen tavoitteessaan ja näin ollen se on edistänyt



Kestävät valinnat –periaatepäätöksen tunnettuutta. Lähiruokaviesti konseptina toimii hyvin, sillä se herättää positiivista huomiota ja saa ihmiset sidosryhmistä koko ruokaketjun laajuudelta osallistumaan mukaan. Näin ollen ajatukset vaihtuvat ja uusia ideoita asian edistämiseksi syntyy ja tulee myös käytäntöön.

Jatkossa olisi hyvä myös pitää erilaisia työpajoja niille maakunnille ja kunnille, joissa kestävien valintojen huomiointi näkyy jo strategiatasolla. Työpajoissa voisi keskittyä yhteistyöverkoston luomiseen ja tuottajien sekä ruokapalvelupäälliköiden tarpeiden ja tarjonnan kehittämiseen toisiaan vastaaviksi.

## LÄHTEET

Aho, M. 2011. Osastopäällikkö, elintarvike- ja terveysosasto. Maa- ja metsätalousministeriö. Lähiruokaseminaari 4.10.2011 Espoo Laurea.

Bouwer M, Jonk M, Berman T, Bersani R, Lusser H, Nappa V, Nissinen A, Parikka K, Szuppinger P and Viganò C, 2006. Green Public Procurement in Europe 2006 – Conclusions and recommendations. Virage Milieu & Management bv, Korte Spaarne 31, 2011 AJ Haarlem, the Netherlands.  
<http://europa.eu.int/comm/environment/gpp>

Ehdotus kestävien hankintojen toimintaohjelmaksi. 2008. Julkisten hankintojen työryhmä 13.2.2008. Helsinki 2008.

Evira. Asiakokonaisuudet. Luomu. Viitattu 15.1.2011  
<http://www.evira.fi/portal/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/>

EkoCentria. 2012. Viitattu 15.1.2012.  
<http://www.ekocentria.fi/ekocentria>

IFOAM What is organic. Viitattu 18.1.2012.  
[http://www.ifoam.org/about\\_ifoam/around\\_world/eu\\_group-new/workareas/What\\_is\\_Organic/PHP/What\\_is\\_Organic\\_HP.php](http://www.ifoam.org/about_ifoam/around_world/eu_group-new/workareas/What_is_Organic/PHP/What_is_Organic_HP.php)

Juholin-Laitinen, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Infor, Helsinki 2009.

Kurppa, S., Riipi, I. 2011. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus. Kestävä kulutus ja tuotanto –elintarvikkeet ja ruokailu.  
<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=129527&lan=fi>

Kärkkäinen I. 2011. Hankepäällikkö. EkoCentria. Haastattelu marraskuu 2011.

Laki julkisista hankinnoista. 1992. 1505/1992, 1 luku 3 §. Viitattu 15.1.2012  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1992/19921505>

Luomu. 2011. Miten luomu Määritellään. Viitattu 14.1.2012.  
<http://www.luomu.fi/luonnonmukainen-tuotanto/miten-luomu-maaritellaan>

Lähiruoka Liiketoimintaympäristö Loppuraportti. 2010. Sitra Maamerkit selvitys. Helsinki 29.4.2010. Deloitte Oy.

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä, Elinkeinoelämän keskusliitto, MTK, Kuntaliitto. 2011. Mahdollisuuksien Lähiruoka 2011. Viitattu 14.1.2012.  
<http://www.kunnat.net/fi/tietopankit/uutisia/2011/20110506lahiruoka/Lahiruoka.pdf>

Mononen, T. 2006. Yhteiskuntatieteellisen elintarviketutkimuksen linjoja. Teoksessa: Silvasti, T. & Mononen, T. (toim.) Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus Kirja Oy, Yliopistokustannus University Press.

Niskanen, Korhonen, Pihlajasaari, Miettinen, Siitonen, Johansson. 2011. Ruokamyrkytykset Suomessa 2009. Evira.  
<http://www.evira.fi/portal/fi/evira/julkaisut/?a=view&productId=243>

Opetushallitus. Koulutus ja tutkinnot. Kouluruokailu. Viitattu 15.1.2012  
[http://www.oph.fi/koulutus\\_ja\\_tutkinnot/perusopetus/hyvinvointi\\_ja\\_turvallisuus/kouluruokailu](http://www.oph.fi/koulutus_ja_tutkinnot/perusopetus/hyvinvointi_ja_turvallisuus/kouluruokailu)

Puska, P. 2004. Suomen Sydänliitto ry. Suurkeittiöiden tarjoaman ruoan ravitsemuksellinen laatu. Suomen Sydänliiton julkaisuja 2004:1.

Ruokatoimittajat. 2010. viitattu 15.1.2012  
<http://www.ruokatoimittajat.fi/gastro2010.html>.

Seppälä, R., Levo, J. & Työppönen, K. (toim.) 2004. Ruokapalvelumarkkinat 2004. Julkisten ruokapalvelujen nykytila ja kehittämis- näkymät. Helsinki: Efektia

Suomalaisen ruokakulttuurin ulottuvuuksia. 2009. Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma. Ruokatieto.

Syväniemi A-M. Ruokakulttuuriasiamies. Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK r.y. 2011. Lähiruokaseminaari 4.10.2011 Espoo Laurea.

VNP 8.4.2009. Valtioneuvoston periaatepäätös kestävien valintojen edistämisestä julkisissa hankinnoissa. Viitattu 15.1.2011.  
<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=101162&lan=en>

Yin, Robert K. (1994) Case study research: Design and methods (2nd edition). Sage. Newbury Park, CA.

Ympäristöpassi. EkoCentria. Lainattu 19.1.2012.  
<http://www.ymparistopassi.fi/>

# LIITTEET

## Liite 1 Lähiruokaviestin tiedote

**22.–26.8.2011**

Seinäjoki, Kurikka, Jalasjärvi, Alajärvi, Iinajoki, Kauhajoki, Karvia, Piispala/Kannnonkoski, Nurmee, Nilsia, Rautasara, Viiala/Akaa, Kymäläkoski, Urjala, Forssa, Vesilohti, Espoo, Kaunainen, Helsinki.

**Lisätietoja:**  
**Irma Kärkkäinen**  
 Lähiruokaviestin pääsihteeri  
 044 785 4012  
[irma.karkkainen@sakky.fi](mailto:irma.karkkainen@sakky.fi)  
**Sisko Mäkinen**  
 sihteeriksi  
 044 785 3397  
[sisko.makinen@sakky.fi](mailto:sisko.makinen@sakky.fi)  
**Anu Arolaakso**  
 044 785 4040  
[anu.arolaakso@sakky.fi](mailto:anu.arolaakso@sakky.fi)

TIEDOTE 29.6.2011

### Tarjoo tuoretta!

Viidennen kerran järjestettävä Lähiruokaviestin polkkaistaan liikkeelle Nurmeksesta maanantaina 22.8.2011. Viesti kulkee Suomen halki päätyen Herkkujen Suomi – tapahtumaan perjantaina 26.8.2011, jossa joukkueiden kapteenit luovuttavat yhteisen viestinsä valtakunnan päättäjille Helsingin Rautatietorilla. Kapteenien matka huipentuu Presidentinlinnaan, jossa vetoomus luovutetaan Lähiruokaviestin suojelijalle, tasavallan presidentti Tarja Haloselle.

Lähiruokaviestin teemana vuonna 2011 on "Tarjoo tuoretta" ja viestin aikana puhutaan erityisesti luomuviljasta, sesongin kasviksista sekä ruokapalveluiden tarjoaman ruuan alkuperästä sekä jäljitettävyydestä. Lähiruokaviestin kannustaa julkisten ruokapalveluiden tuottajia kestäviin elintarvikkehankintoihin valtionruokavarojen periaatepäättöksen mukaisesti: "Ruokapalvelujen elintarvikkehankinnoissa lisätään luonnonmukaisia, kasviperäisiä tai sesonginmukaisia ruokia vähintään kerran viikossa vuoteen 2010 mennessä ja vähintään 2 krt/vk vuoteen 2015 mennessä" (VN4/2009).

Lähiruokaviestin sopii kaikenkuntoisille ja -ikäisille ruokailmisille. Viestisauksien pituudet vaihtelevat 10–40 kilometrin välillä ja joukkueet päättävät keskuudessaan osuutensa jaosta ja vastaavat keskenään vaihtojen sujuvuudesta. Vaihtopaikoilla tutustutaan sesongin herkkuihin ja vietetään iloisia hetkiä hyvän ruoan ystävien seurassa!

Lähiruokaviestin toteutuksesta vastaa EkoCentria MMM:n menekinedistämishankkeena. Pääyhteistyökumppanina toimii MTK.

Sivovat ilmoittautumiset voi tehdä suoraan oman joukkueen kapteenille, joiden yhteystiedot löytyvät EkoCentrian sivuilta [www.ekocentria.fi](http://www.ekocentria.fi).

### Lähiruokaviestillä on tunnelmaa!

Innokkaita joukkueita on ilmoittautunut jo 12!  
 Tervetuloa mukaan uudet joukkueet! Ilmoittautumissakkaa on 5.8. saakka

#### JOUKKUEET:

VIP (päättäjät)  
 Pro Ruokakulttuuri  
 Kuntaravintolien osiintuntijat (KRA ry), terveydenhuollon dieteetikko yhdistys (Tedy ry), Suurakusalan yhteistyöjärjestö (FIDA ry)  
 Toimittajat, Maataloustoimittajat ry, Ruokatoimittajat ry  
 KaaO kotitalousopettajat ry  
 MTK & SLC  
 Luomu  
 Keltiömerkit  
 Pihvikasjälleto  
 Suomen 4H-liitto ry  
 Maar- ja kotitalousnaiset  
 MITT

Tervetuloa mukaan maistuvalla matkalla!

## Lähiruokaviestin 11 Närmatstafetten 11



PS. Merkkeä kalenteriisi jo nyt:  
 Lähiruokaseminaari 4.10.2011.



[mmm.fi](http://mmm.fi)

MTK



EkoCentria

Kuvamateriaalia ja muita tapahtumaan liittyvää aineistoa:  
<http://terotemedia.kuvat.fi/kuvat/1v11>

Liite 2 Kuva Lähiruokaviestin kapteeneista, sekä viestihenkilökunnasta presidentti Tarja Halosen vastaanotolla



Liite 3 Maakuntajohtajille lähetty viesti ja tutkimuskysymykset

Lähiruokaviesti 2011 –hanke

EkoCentria, Savon ammatti- ja aikuisopisto

LÄHIRUOKAVIESTIN 2011 VAIKUTTAVUUS, LAADULLINEN SELVITYS  
MAAKUNTAJOHTAJILLE

Kysymykset maakuntatason päätöksentekijöiden puhelinhaastattelua varten

### **Arvoisa vastaanottaja**

Maakuntanne oli mukana toteuttamassa valtakunnallista **Lähiruokaviestiä 2011**, jonka EkoCentria toteutti osana Lähiruokaviesti 2011 –hanketta MMM:n menekinedistämistuella. Lähiruokaviestin tavoitteena oli herättää päättäjien ja

median kiinnostus, sekä keskustelu julkisten ruokapalveluiden vastuullisia elintarvikehankintoja kohtaan.

Hankkeen taustalla on Valtioneuvoston periaatepäätös VNP 4/2009, sekä tuore hallitusohjelma. VNP 4/2009 velvoittaa valtionhallinnon ruokapalvelut lisäämään luomu- tai kasvis- tai sesonginmukaisista raaka-aineista valmistettujen aterioiden tarjoamista. Kunnille tämä on suositus. Pääministeri Jyrki Kataisen hallituksen hallitusohjelma, jonka tavoitteisiin on kirjattu ensimmäistä kertaa kautta maamme historian : *Aitoa ruokapolitiikkaa* linjaa muun muassa seuraavalla tavalla (s.51)

*” Hallitus toteuttaa luomualan ja lähiruoan kehittämisohjelman, jonka avulla tuotantoa monipuolistetaan ja lisätään kysyntää vastaavaksi, kehitetään luomuruokaketjua ja nostetaan lähiruoan jalostusastetta. Luomu- ja lähiruoan osuuden kääntäminen vahvaan nousuun otetaan Suomen maatalouspolitiikan strategiseksi tavoitteeksi. Kehittämisessä painotetaan muun muassa luomukotieläintuotannon houkuttelevuutta. Kasvatetaan luomu- ja lähiruoan osuutta julkisissa hankinnoissa parantamalla ja vahvistamalla pienyritysten ja lähiruoan tuottajien osallistumista julkisten hankintojen kilpailutuksiin mm. parantamalla hankintaosaamista ja laadullisten kriteerien esilletuloa.*

Tämän kyselyn tavoitteena on selvittää hankkeen vaikuttavuutta eli niitä asioita, joita on tapahtunut Lähiruokaviestin seurauksena. Tiedot kootaan haastattelemalla vuoden 2011 Lähiruokaviestipaikkakuntien strategiatason päätöksentekijöitä maakuntatasolta. Toiminnan vaikuttavuutta tarkasteltaessa näkökulma on ensisijaisesti yhteiskunnallinen.

Yksittäisiä tietoja ei luovuteta kolmansille osapuolille. Kyselyn tulokset hyödynnetään EkoCentrian hankeraportoinnissa sekä Kestävät valinnat – viestintähankkeidemme ja julkisten ruokapalveluiden neuvontapalveluidemme kehittämisessä, sekä tiedottaja Sisko Mäkisen opinnäytetyössä Jyväskylän Ammattikorkeakoulussa.

EkoCentria on yli 10 v ajan toiminut julkisten elintarvikehankintojen kestävyiden edistämiseen, toisin sanoen. luomu- ja lähiruuan,

sesonginmukaisten sekä kasviaterioiden tarjoamisen edistämiseen.

Lähiruokaviesti on yksi konkreettinen työkalu asian tunnetuksi tekemiseksi sekä keskustelun herättämiseksi. Toiminnan on mahdollistanut eduskunnalta vuosittain saadut lisämäärärahat sekä MMM:n, muiden ministeriöiden, OPH:n ja eri rahastojen hankerahoitukset.

Seuraavassa on luettelo kysymyksistä, joita käsitellään puhelinhaastattelun aikana. Toivottavasti ehditte perehtyä ja valmistautua kysymyksiin ennen haastattelua.

Kyselyn tulokset tullaan julkaisemaan keväällä 2011 osana Lähiruokaviesti 2011 –hankkeen loppuraporttia sekä hankkeen tuloksia muutoin esiteltäessä. Raportti toimitetaan teille sähköisesti antamaanne sähköpostiosoitteeseen.

Etukäteen yhteistyöstänne kiittäen,

Sisko Mäkinen

Tiedottaja

Lähiruokaviesti 2011 –hanke

EkoCentria, Savon ammatti- ja aikuisopisto

LÄHIRUOKAVIESTIN 2011 VAIKUTTAVUUS, LAADULLINEN SELVITYS  
MAAKUNTAJOHTAJILLE

MAAKUNTAKUNTA:

PÄIVÄMÄÄRÄ:

VASTAAJAN YHTEYSTIEDOT:

Nimi:

Maakunnan asukasmäärä:

Maakunnan pääelinkeino: palveluelinkeinot

Vastaajan osoite työpaikalle:

Vastaajan sähköpostiosoite:

Vastaajan työmatkapuhelin:

- 1) Miten Lähiruokaviesti **onnistui mielestänne tavoitteessaan** eli keskustelun herättäjänä
  - a. maakuntatason päättäjien keskuudessa, kuten valtuuston –tai hallituksenkokouksessa
  - b. mediassa
  - c. muissa sidosryhmissä
- 2) Millaisia vaikutuksia Lähiruokaviestillä oli oman maakuntanne ruokapalveluihin vuonna 2011?
- 3) Millaisia vaikutuksia näette Lähiruokaviestin mahdollisesti tulevaisuudessa tuovan?
- 4) Millaisia vaikutuksia julkisten ruokapalveluiden elintarvikehankinnoilla on maakunnallenne?
- 5) Miten arvioitte seuraavien tuoteryhmien tarjonnan osuuden muuttuvan seuraavien 3 vuoden aikana kuntaruokailussa
  - a. luomutuotteet
  - b. kasvisateriat
  - c. sesonginmukaiset tuotteet?
- 6) Onko toimenpiteitä tarjonnan muuttamiseksi jo tehty tai suunniteltu?
- 7) Uuteen hallitusohjelmaan on linjattu luomu –ja lähiruokastrategiat. Kuinka nämä otetaan huomioon maakuntastrategiassanne?
- 8) Mielikuvat/ palaute Lähiruokaviestistä?